



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y

ECONÓMICAS

CARRERA DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

TRABAJO DE GRADO

**"ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE
UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA
DE PAPAYA EN LA COMUNIDAD DE CUAMBO,
PARROQUIA SALINAS CANTÓN IBARRA, PROVINCIA
DEIMBABURA"**

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA EN
CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA.**

AUTORA: GUEVARA V. Sonia M.

DIRECTOR DE TESIS: ING. WALTER JÁCOME Phd.

IBARRA, NOVIEMBRE, 2013

RESUMEN EJECUTIVO

La creación de una empresa productora y comercializadora de papaya en la comunidad de Cuambo, parroquia Salinas, cantón Ibarra, provincia de Imbabura, nace como oportunidad de negocio o inversión, debido a que el sector donde se va a producir presenta las condiciones agronómicas adecuadas para el cultivo, como también la papaya es una fruta muy apreciada en el mercado local, de ahí que su comercialización no presentará problemas, porque la población está dispuesta a adquirirla. El público objetivo para la empresa son los fruteros o comerciantes minoristas del sector urbano de ciudad de Ibarra, los cuales son el canal de comercialización hacia el consumidor final. El tamaño de proyecto está acorde a la existencia del mercado el cual es muy significativo, debido a que la oferta de la papaya no es representativa a nivel local, por tal motivo las proyecciones de crecimiento de la demanda son muy alentadoras asegurando un futuro comercial exitoso para la empresa, en primera instancia el proyecto pretende introducir y posicionar el producto en la ciudad de Ibarra a futuro se analizará la posibilidad de incursionar en mercados regionales. Para la gestión del proyecto se contará con un talento humano calificado que permita alcanzar las metas comunes propuestas en la organización. Dentro de las proyecciones financieras, como son los ingresos se puede evidenciar que la dinámica es cíclica debido al comportamiento productivo de la fruta, los recursos generados por la actividad respaldan la inversión efectuada al inicio de las actividades, la cual asciende a 65.159,77 USD. Los impactos que presenta el proyecto generaran un nivel positivo, debido a que favorece en distintos aspectos al sector.

EXECUTIVE SUMMARY

Creating a producer and marketer of papaya Cuambo community, parish Salinas, Canton Ibarra, Imbabura Province, born as business or investment opportunity, because the sector where it will produce presents the agronomic conditions suitable for cultivation, as well as the papaya is a very popular fruit in the local market, hence not present a problem marketing because people are willing to buy it. The target audiences for the company are the fruit vendors or retailers urban sector Ibarra, which are the marketing channel to the consumer. The project size is according to the existence of the market which is very significant, because the offer is not representative papaya locally, as such growth projections are very encouraging demand ensuring successful commercial future for the company, in the first instance the project aims to introduce and position the product in the future city of Ibarra will discuss the possibility of entering regional markets. For project management will have a qualified human talent that achieves common goals proposed in the organization. Within the financial projections, such revenue can show that the dynamic behavior is cyclical due to fruit production, resources support activity generated by the investment at the beginning of the activities, which amounts to \$ 65,755. Presenting impacts project generate a positive level, because it facilitates different aspects in the sector.

AUTORÍA

Yo, **Sonia Mariela Guevara Villarreal**, portadora de la cédula de ciudadanía **No. 040154118-0**, declaro bajo juramento que el presente trabajo es de mi autoría y los resultados de la investigación son de mi total responsabilidad, además que no han sido presentado previamente para ningún grado ni calificación profesional; y que he respetado las diferentes fuentes de información

datos suficientes para ser sometido a la
acción por parte del tribunal examinador que



Sonia Guevara

040154118-0

CERTIFICACIÓN

En mi calidad de Director del Trabajo de Grado presentado por la egresada **Sonia Mariela Guevara Villarreal**, con cédula de identidad **No. 040154118-0**, para optar por el Título de **INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA.** cuyo tema es: "**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE PAPAYA EN LA COMUNIDAD DE CUAMBO, PARROQUIA SALINAS CANTÓN IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA**". Considero que el presente trabajo reúne requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra a los 30 días del mes de julio de 2013.

Firma



ING. WALTER JÁCOME Phd.

DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

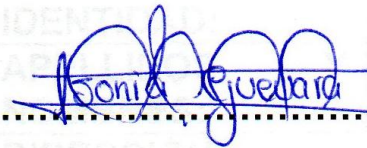
UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO

A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

Yo, **Sonia Mariela Guevara Villarreal**, con cédula de identidad **No. 040154118-0**, manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, Artículos 4, 5 y 6, en calidad de autora de la obra o trabajo de grado denominado: **"ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE PAPAYA EN LA COMUNIDAD DE CUAMBO, PARROQUIA SALINAS CANTÓN IBARRA, PROVINCIA DEIMBABURA"**., en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente. En mi condición de autora me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

CÉDULA DE IDENTIDAD
040154118-0
Sonia Mariela Guevara Villarreal



Sonia Guevara

040154118-0

Ibarra a los 30 días del mes de julio de 2013



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

La Universidad Técnica del Norte dentro del proyecto Repositorio Digital Institucional, determinó la necesidad de disponer de textos completos en formato digital con la finalidad de apoyar los procesos de investigación, docencia y extensión de la Universidad.

Por medio del presente documento dejo sentada mi voluntad de participar en este proyecto, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	DE	040154118-0	
APELLIDOS Y NOMBRES:	Y	Guevara Villarreal Sonia Mariela	
DIRECCIÓN:		Cantón Bolívar- Carchi , Comunidad de Cuesaca	
EMAIL:		marisonia_85@hotmail.com	
TELÉFONO FIJO:		2979-101	TELÉFONO MÓVIL: 0985158067

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	"ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE PAPAYA EN LA COMUNIDAD DE CUAMBO, PARROQUIA SALINAS CANTÓN IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA"
AUTORA :	Sonia Mariela Guevara Villarreal
FECHA: AAAAMMDD	30/07/2013
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	<input type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA.
ASESOR /DIRECTOR:	ING. WALTER JÁCOME Phd.

2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Yo, Sonia Mariela Guevara Villarreal, con cédula de identidad No.040154118-0 en calidad de autora y titular de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 144.

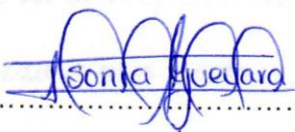
3. CONSTANCIAS

La autora manifiesta que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y que es la titular de los derechos patrimoniales, por lo que asume la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los...30.... días del mes de...Julio..... de 2013.....

EL AUTOR:

ACEPTACIÓN:

(Firma).....

(Firma).....

Nombre: Sonia Mariela Guevara

Nombre: Ing. Betty Chávez

C.C.: 040154118-0

Cargo: JEFE DE BIBLIOTECA

Facultado por resolución de Consejo Universitario

DEDICATORIA

Al culminar esta importante etapa de mi proyecto de vida y con la concepción de este gran trabajo. Quiero dedicar mi esfuerzo a mis padres, pilares fundamentales en mi vida. Sin ellos, jamás hubiese podido conseguir lo que hasta ahora. Su tenacidad y lucha insaciable han hecho de ellos el gran ejemplo a seguir y destacar, no solo para mí, sino para mis hermanos y familia en general. Y de manera muy especial dedico este proyecto a mi esposo y mi hija que son la razón de mi esfuerzo y existencia. Gracias por ser los propulsores en aquellos momentos cuando todo parecía desfallecer. Hoy puedo decir con gran satisfacción: Sueño cumplido.

Sonia Guevara....

AGRADECIMIENTO

Al culminar con el trabajo de grado mi infinito agradecimiento a esta prestigiosa institución, Universidad Técnica del Norte la cual abrió sus puertas a jóvenes como yo, preparándonos para un futuro competitivo y formándonos como personas generadoras de cambios positivos en nuestra sociedad., y principalmente a dios por darme la oportunidad de descubrir que los sueños si son posibles de convertirse en hermosas realidades y uno de éstos sueños fue ser una profesional; donde se vea reflejado mi esfuerzo y el trabajo de mis Padres y familia quienes a lo largo de toda mi vida han apoyado y motivado mi formación académica, creyendo en mí en todo momento y no dudaron de mis potencialidades, de manera muy especial la dedicación y entrega de mi Director de Tesis el Ing. Walter Jácome, a quienes agradezco por su entrega y esmero ya que conmigo puso a prueba toda su entrega, y conocimientos y en el desarrollo del proyecto.

Sonia Guevara.....

PRESENTACIÓN

En el trabajo desarrollado se determinó la factibilidad del proyecto ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE PAPAYA EN LA COMUNIDAD DE CUAMBO, PARROQUIA SALINAS CANTÓN IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”.

Para su desarrollo se consideró los siguientes capítulos:

Capítulo I Diagnóstico Situacional: Con el estudio realizado en la parroquia Salinas se definió aliados, oponente, oportunidad y riesgos que presentan el sector.

Capítulo II Marco Teórico: En este capítulo se tomó consideró importante el desarrollo de bases teóricas que contiene temas que serán desarrollados en el proyecto.

Capítulo III Estudio de Mercado: En el estudio de mercado se aplicó encuestas, que permitan conocer aspectos importantes que ayudaron a un mejor desarrollo del trabajo.

Capítulo IV Estudio Técnico: Con el desarrollo del estudio técnico se determina la localización óptima del proyecto, la distribución y diseño de la planta, que la empresa requiere para realizar sus actividades

Capítulo V Estudio Financiero: El estudio económico financiero se realiza un análisis de ingresos y egresos, además establecer los respectivos estados financieros para determinar la factibilidad del proyecto.

Capítulo VI Organización de la empresa: Se presenta una estructura organizacional basada en los aspectos más importantes que ayudaran a un manejo eficiente de empresa.

Capítulo VII Impactos: Se realizó el análisis a los impactos ocasionados por la creación de la empresa, los mismos pueden presentar efectos positivos y negativos que serán controlados.

ÍNDICE GENERAL

RESUMEN EJECUTIVO	ii
EXECUTIVE SUMMARY.....	iii
AUTORÍA.....	iv
CERTIFICACIÓN	v
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO	vi
UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE	vii
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE	vii
1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA.....	vii
2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD	viii
3. CONSTANCIAS.....	viii
DEDICATORIA.....	x
AGRADECIMIENTO.....	xi
PRESENTACIÓN	xii
ÍNDICE GENERAL	xiv
JUSTIFICACIÓN	xxxvi
OBJETIVOS DEL PROYECTO	xxxvii

OBJETIVO GENERAL.....	xxxvii
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	xxxvii
METODOLOGÍA	xxxviii
CAPÍTULO I	39
DIAGNÓSTICO SITUACIONAL	39
Antecedentes	39
Objetivos del Diagnóstico	40
General	40
Específicos.....	40
Variables diagnósticas.....	40
Variables	40
Indicadores	40
Sociodemográfico	40
Producción	41
Comercialización	41
Rentabilidad y costos.....	41
Talento humano	42
Matriz de Relación Diagnóstica	43
Mecánica operativa del diagnóstico	44

Población a investigar	44
Cálculo de la Muestra.....	44
Instrumentos de Recolección de la Información	45
Información Primaria.	45
Información Secundaria.	45
Análisis de las variables diagnósticas.....	45
Sociodemográficas.....	45
Tabulación y análisis de la información recopilada a través de encuestas.	57
Determinación de aliados, oponentes, oportunidades, riesgos	77
Aliados.....	77
Oponentes	77
Oportunidades.....	77
Riesgos.....	77
Identificación de la oportunidad de inversión.....	78
CAPÍTULO II.....	79
MARCO TEÓRICO.....	79
El cultivo de papaya	79
Características generales de la papaya.....	81
Variedades de la papaya	81

Condiciones agroecológicas.....	82
La fruticultura	83
Importancia de la fruticultura	84
La microempresa	85
La Empresa.....	86
Fines y objetivos de la empresa	86
Estructura organizacional	87
Misión.....	88
Visión	88
Aspectos del mercado	89
Estudio de mercado.....	89
Demanda	90
Oferta	90
Producto.....	91
Mercado	92
Precio.....	93
Promoción.....	93
Publicidad	94
Comercialización	94

Aspectos técnicos administrativos	95
Localización óptima del proyecto	95
Microlocalización del proyecto	95
Macrolocalización del proyecto	96
Fundamentos contables	96
Contabilidad general	96
Importancia de la contabilidad general	97
Proceso Contable	98
Contabilidad de costos	98
Propósito de la contabilidad	99
Técnicas de Evaluación Financiera	99
Valor actual neto (VAN).....	99
Tasa interna de Retorno (TIR)	100
Tasa de Rendimiento Beneficio-Costo (TRBC)	102
Costo Beneficio	103
Capital de trabajo	104
Flujo de caja	104
Periodo de recuperación de la inversión.....	105
Sensibilidad del proyecto	105

CAPÍTULO III	107
ESTUDIO DE MERCADO	107
Presentación	107
Objetivos del estudio de mercado	108
Objetivo general.....	108
Objetivos específicos.....	108
Variables	108
Indicadores	108
Matriz de relación estudio de mercado.....	110
Mecánica operativa del estudio de mercado.....	111
Identificación de la población	111
Muestra	111
Técnicas de investigación.....	112
Tabulación y análisis de la información.....	113
Encuesta efectuada a los comerciantes minoristas de frutas de la ciudad de Ibarra.....	114
Encuesta efectuada a los proveedores de frutas de los mercados de la ciudad de Ibarra	124
Identificación del producto	134
Composición nutricional.....	134

Características generales	135
Propiedades de la papaya	136
Usos	137
Productos sustitutos	137
Presentación del producto	137
Mercado meta	139
Análisis de la demanda	140
Identificación de la demanda actual	140
Proyección de la demanda	140
Oferta actual	143
Proyección de la oferta	144
Demanda potencial a satisfacer	146
Demanda a captar por el proyecto	147
Análisis de precios	147
Determinación del precio	147
Proyección de precios	148
Estrategias comerciales	148
Estrategias de producto	148
Estrategias de precio	149

Estrategias de promoción y publicidad.....	150
Estrategias de plaza o canal de distribución	153
Conclusiones del estudio de mercado.....	154
CAPÍTULO IV.....	155
ESTUDIO TÉCNICO.....	155
Presentación.....	155
Localización óptima del proyecto	155
Macro localización	156
Micro localización	157
Tamaño del proyecto	157
Capacidad de proyecto.....	159
Distribución de la planta	160
Diseño de las instalaciones	161
Descripción del Proceso de Producción.....	162
Flujograma del proceso de producción de la papaya	164
Flujograma del proceso de comercialización de la papaya	165
Presupuesto de Inversiones	165
Inversión fija.....	166
Capital de trabajo.....	170

Inversión inicial.....	171
Financiamiento	171
Requerimiento de talento humano	171
CAPÍTULO V	173
ESTUDIO FINANCIERO	173
Ingresos.....	173
Proyección de Ingresos.....	173
Gastos Administrativos.....	175
Gastos de Ventas.....	178
Gastos Financieros.	179
Depreciación.....	181
Gastos de estudios y constitución.....	181
Resumen de egresos	182
Estados Proforma.....	182
Estado de Situación Inicial	182
Estado de Resultados	183
Flujo de efectivo	184
Evaluación de la Inversión.	185
Costo de oportunidad y tasa de rendimiento medio	185

Valor Actual Neto.....	186
Tasa Interna de Retorno.....	187
Periodo de Recuperación de la Inversión	188
Costo beneficio.....	188
Punto de Equilibrio del Proyecto	189
Resumen de la evaluación financiera.....	189
CAPÍTULO VI.....	190
ESTUDIO ORGANIZACIONAL	190
Aspecto Estratégico.....	190
Nombre de la empresa	190
Misión.....	190
Visión	190
Objetivos empresariales	191
Políticas	191
Principios y Valores	192
Aspecto Organizativo.....	193
Organigrama Estructural.....	193
Niveles administrativos	194
Identificación de Puestos y Funciones	195

Aspecto Legal.....	200
Base Legal de Constitución	200
Permisos de Funcionamiento.....	201
CAPÍTULO VII	203
IMPACTOS DEL PROYECTO	203
Impacto Socio-económico.....	204
Impacto Empresarial	205
Impacto comercial	207
Impacto ambiental.....	208
Impacto General.....	210
CONCLUSIONES.....	211
RECOMENDACIONES	213
BIBLIOGRAFÍA	214
LINCOGRAFÍA.....	216
ANEXOS.....	217
ANEXO A: FORMATO DE LA ENCUESTA DIRIGIDA A LOS AGRICULTORES DE LA PARROQUIA SALINAS	218
ANEXO B: FORMATO DE ENCUESTA EFECTUADA A LOS COMERCIANTES MINORISTAS DE FRUTAS DE LA CIUDAD DE IBARRA.....	222

ANEXO C: FORMATO DE ENCUESTA EFECTUADA A LOS PROVEEDORES DE FRUTAS DE LOS MERCADOS DE LA CIUDADDE IBARRA.....	224
ANEXO D: DETERMINACIÓN DEL PRECIO	227
ANEXO E: ROL DE PAGO DEL TÉCNICO DE PRODUCCIÓN.....	228
ANEXO F: COSTOS DE PRODUCCIÓN.....	229
ANEXO G: GASTOS EN DOLARES.....	239

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1 MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA	43
Cuadro 2 POBLACIÓN POR GÉNERO	46
Cuadro 3 TENDENCIA DE CRECIMIENTO	46
Cuadro 4 EDAD POR RANGOS	46
Cuadro 5 ESTRUCTURA POLÍTICO ADMINISTRATIVA	47
Cuadro 6 INSTITUCIONES EDUCATIVAS	49
Cuadro 7 INDICADORES DE ALFABETISMO	49
Cuadro 8 CASOS DE EFERMEDAD MÁS FRECUENTES.....	50
Cuadro 9 COBERTURAS DE SALUD	51
Cuadro 10 SERVICIOS DE ENERGÍA ELÉCTRICA	52
Cuadro 11 SERVICIOS DE AGUA.....	52
Cuadro 12 SERVICIO DE TELÉFONO.....	52
Cuadro 13 SERVICIO DE INTERNET	53
Cuadro 14 TIPO DE VÍAS.....	54
Cuadro 15 CUADRO COMPARATIVO DE INDICADORES ECONÓMICOS	56
Cuadro 16 CULTIVOS PREDOMINANTES EN LA PARROQUIA	57
Cuadro 17 TIPO DE CULTIVO	58
Cuadro 18 ACTIVIDAD AGRÍCOLA.....	59

Cuadro 19 PRODUCTIVIDAD	60
Cuadro 20 ÁREA DE TERRENO	61
Cuadro 21 FORMA DE COMERCIALIZACIÓN.....	62
Cuadro 22 TIPO DE MERCADO	63
Cuadro 23 NIVEL DE LA DEMANDA.....	64
Cuadro 24 LA COMPETENCIA.....	65
Cuadro 25 DETERMINACIÓN DEL PRECIO.....	66
Cuadro 26 NIVEL DE RENTABILIDAD	67
Cuadro 27 ACCESO AL FINANCIAMIENTO	68
Cuadro 28 DIFICULTADES FINANCIERAS	69
Cuadro 29 CONOCIMIENTO DE LA ACTIVIDAD.....	70
Cuadro 30 ACTIVIDAD AGRÍCOLA DE LA PARROQUIA.....	71
Cuadro 31 ASISTENCIA TÉCNICA.....	72
Cuadro 32 ACTIVIDAD AGRÍCOLA FUTURA	73
Cuadro 33 CLIMA DE LA PARROQUIA.....	74
Cuadro 34 CULTIVO DE PAPAYA.....	75
Cuadro 35 PRODUCTO ALTERNATIVO	76
Cuadro 36 MATRIZ DE RELACIÓN DEL ESTUDIO MERCADO	110
Cuadro 37 COMERCIALIZACIÓN DE PAPAYA	114

Cuadro 38 CALIDAD DEL PRODUCTO	115
Cuadro 39 PRECIO DE COMPRA.....	116
Cuadro 40 FACTOR DE COMPRA.....	117
Cuadro 41 SATISFACCIÓN DE LA DEMANDA	118
Cuadro 42 CANTIDAD DE COMPRA	119
Cuadro 43 TIPO DE PROVEEDOR.....	119
Cuadro 44 PROVEEDOR PERMANENTE	121
Cuadro 45 INCREMENTO DE PROVEEDORES	122
Cuadro 46 MEDIOS DE COMUNICACIÓN	123
Cuadro 47 TIEMPO EN LA ACTIVIDAD.....	124
Cuadro 48 RENTABILIDAD DEL NEGOCIO	125
Cuadro 49 COMERCIALIZACIÓN DE FRUTAS.....	126
Cuadro 50 PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO	127
Cuadro 51 PESO DE COMERCIALIZACIÓN	128
Cuadro 52 PERCIO DE LA CAJA.....	129
Cuadro 53 CANTIDAD DE VENTA.....	130
Cuadro 54 ORIGEN DEL PRODUCTO.....	131
Cuadro 55 SATISFACCIÓN DE LA DEMANDA	132
Cuadro 56 ASPECTO PARA EL PRECIO	133

Cuadro 57 COMPOSICIÓN NUTRICIONAL	135
Cuadro 58 IDENTIFICACIÓN DE LA DEMANDA ACTUAL DE PAPAYA EN KILOS	140
Cuadro 59 CÁLCULO DEL ÍNDICE DE CRECIMIENTO	141
Cuadro 60 PROYECCIÓN DE LA DEMANDA DE PAPAYA EN KG.	143
Cuadro 61 OFERTA ANUAL DE PAPAYA EN KG	144
Cuadro 62 PROYECCIÓN DE LA OFERTA DE PAPAYA EN KILOS	146
Cuadro 63 DEMANDA POTENCIAL A SATISFACER	146
Cuadro 64 DEMANDA A CAPTAR POR EL PROYECTO	147
Cuadro 65 PROYECCIÓN DE PRECIOS EN DOLARES	148
Cuadro 66 ANÁLISIS DE PRODUCTIVIDAD	159
Cuadro 67 PRODUCCIÓN DE LA EMPRESA	159
Cuadro 68 PRODUCCIÓN EN CAJAS DE 10 KILOS	160
Cuadro 69 DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA	160
Cuadro 70 TERRENO	166
Cuadro 71 INFRAESTRUCTURA	166
Cuadro 72 MAQUINARIA Y EQUIPO	167
Cuadro 73 HERRAMIENTAS PARA LA PRODUCCIÓN AGRÍCOLA	167
Cuadro 74 VEHICULO	168
Cuadro 75 MUEBLES Y ENSERES	168

Cuadro 76 EQUIPO DE COMPUTACIÓN	169
Cuadro 77 EQUIPO DE OFICINA.....	169
Cuadro 78 RESUMEN DE LA INVERSION FIJA.....	169
Cuadro 79 CAPITAL DE TRABAJO.....	170
Cuadro 80 INVERSIÓN TOTAL	171
Cuadro 81 FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO	171
Cuadro 82 REQUERIMIENTO DEL TALENTO HUMANO	172
Cuadro 83 INGRESOS.....	173
Cuadro 84 RESUMEN DE COSTOS DE PRODUCCIÓN	174
Cuadro 85 PROYECCIÓN DEL SALARIO BÁSICO UNIFICADO.....	175
Cuadro 86 PROYECCIÓN DEL SUELDO ADMINISTRATIVO	175
Cuadro 87 SERVICIOS BÁSICOS.....	176
Cuadro 88 SERVICIOS DE COMUNICACIÓN	176
Cuadro 89 SUMINISTROS DE OFICINA.....	177
Cuadro 90 MANTENIMIENTO DEL EQUIPO DE COMPUTACIÓN.....	177
Cuadro 91 RESUMEN DE GASTOS ADMINISTRATIVOS	177
Cuadro 92 SUELDOS EN VENTAS.....	178
Cuadro 93 PROYECCIÓN DEL SUELDO DE VENTAS	178
Cuadro 94 PUBLICIDAD	178

Cuadro 95 COMBUSTIBLE Y MANTENIMIENTO VEHÍCULO.....	179
Cuadro 96 RESUMEN DE GASTOS DE VENTAS	179
Cuadro 97 DATOS DEL FINANCIAMIENTO	180
Cuadro 98 AMORTIZACIÓN	180
Cuadro 99 GASTO INTERÉS DE LA DEUDA	180
Cuadro 100 DEPRECIACIÓN	181
Cuadro 101 GASTOS DE ESTUDIOS Y CONSTITUCIÓN	181
Cuadro 102 RESUMEN DE EGRESOS	182
Cuadro 103 ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL.....	183
Cuadro 104 ESTADO DE RESULTADOS	184
Cuadro 105 FLUJO DE EFECTIVO	185
Cuadro 106 COSTO DE OPORTUNIDAD	186
Cuadro 107 VALOR ACTUAL NETO	186
Cuadro 108 TASA INTERNA DE RETORNO	187
Cuadro 109 PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN	188
Cuadro 110 COSTO BENEFICIO.....	188
Cuadro 111 RESUMEN DE EVALUACIÓN FINANCIERA	189
Cuadro 112 MANUAL DE FUNCIONES SOCIOS	195
Cuadro 113 MANUAL DE FUNCIONES GERENTE	196

Cuadro 114 MANUAL DE FUNCIONES SECRETARIA CONTADORA.	197
Cuadro 115 MANUAL DE FUNCIONES TÉCNICO DE PRODUCCIÓN	198
Cuadro 116 MANUAL DE FUNCIONES JORNALERO.....	199
Cuadro 117 MANUAL DE FUNCIONES VENDEDOR	200
Cuadro 118 SOCIOS DE LA COMPAÑIA.....	201
Cuadro 119 MATRIZ DE VALORACIÓN DE IMPACTOS	203
Cuadro 120 IMPACTO SOCIO-ECONÓMICO	204
Cuadro 121 IMPACTO EMPRESARIAL	205
Cuadro 122 IMPACTO COMERCIAL.....	207
Cuadro 123 IMPACTO AMBIENTAL.....	208
Cuadro 124 IMPACTO GENERAL.....	210

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 TIPOS DE VÍAS	54
Gráfico 2 SITUACIÓN LABORAL.....	55
Gráfico 3 TIPO DE CULTIVO	58
Gráfico 4 ACTIVIDAD AGRÍCOLA	59
Gráfico 5 PRODUCTIVIDAD	60
Gráfico 6 ÁREA DE TERRENO.....	61
Gráfico 7 FORMA DE COMERCIALIZACIÓN.....	62
Gráfico 8 TIPO DE MERCADO	63
Gráfico 9 NIVEL DE LA DEMANDA	64
Gráfico 10 LA COMPETENCIA	65
Gráfico 11 DETERMINACIÓN DEL PRECIO.....	66
Gráfico 12 NIVEL DE RENTABILIDAD	67
Gráfico 13 ACCESO AL FINANCIAMIENTO	68
Gráfico 14 DIFICULTADES FINANCIERAS.....	69
Gráfico 15 CONOCIMIENTO DE LA ACTIVIDAD.....	70
Gráfico 16 ACTIVIDAD AGRÍCOLA DE LA PARROQUIA.....	71
Gráfico 17 ASISTENCIA TÉCNICA.....	72
Gráfico 18 ACTIVIDAD AGRÍCOLA FUTURA	73
Gráfico 19 CLIMA DE LA PARROQUIA.....	74
Gráfico 20 CULTIVO DE PAPAYA	75
Gráfico 21 PRODUCTO ALTERNATIVO	76
Gráfico 22 COMERCIALIZACIÓN DE PAPAYA	114
Gráfico 23 CALIDAD DEL PRODUCTO.....	115
Gráfico 24 PRECIO DE COMPRA	116

Gráfico 25 FACTOR DE COMPRA	117
Gráfico 26 SATISFACCIÓN DE LA DEMANDA	118
Gráfico 27 CANTIDAD DE COMPRA	119
Gráfico 28 TIPO DE PROVEEDOR	120
Gráfico 29 PROVEEDOR PERMANENTE	121
Gráfico 30 INCREMENTO DE PROVEEDORES	122
Gráfico 31 MEDIOS DE COMUNICACIÓN.....	123
Gráfico 32 TIEMPO EN LA ACTIVIDAD	124
Gráfico 33 RENTABILIDAD DEL NEGOCIO	125
Gráfico 34 COMERCIALIZACIÓN DE FRUTAS	126
Gráfico 35 PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO	127
Gráfico 36 PESO DE COMERCIALIZACIÓN	128
Gráfico 37 PRECIO DE LA CAJA	129
Gráfico 38 CANTIDAD DE VENTA	130
Gráfico 39 ORIGEN DEL PRODUCTO.....	131
Gráfico 40 SATISFACCIÓN DE LA DEMANDA	132
Gráfico 41 ASPECTO PARA EL PRECIO	133
Gráfico 42 ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DE LA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE PAPAYA.....	194

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1 PAPAYA MARADOL	134
Ilustración 2 MODELO DE CAJA PARA PAPAYAS MARADOL.....	138
Ilustración 3 EMBALAJE DEL PRODUCTO.....	138
Ilustración 4 IMAGEN CORPORATIVA.....	149
Ilustración 5 PUBLICIDAD EN PRENSA.....	151
Ilustración 6 PÁGINA WEB.....	152
Ilustración 7 PUBLICIDAD POR RADIO	153
Ilustración 8 CANAL DE DISTRIBUCIÓN INDIRECTO	154
Ilustración 9 MAPA PROVINCIA DE IMBABURA.....	156
Ilustración 10 MAPA DEL CANTÓN IBARRA	157
Ilustración 11 DISEÑO DE LA PLANTA.....	161

JUSTIFICACIÓN

El presente proyecto de estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de papaya en la comunidad de Cuambo, Parroquia Salinas Cantón Ibarra, Provincia de Imbabura es de gran importancia, porque ayudará al desarrollo agrícola de la zona; contribuirá con la generación de empleo a las personas que se dedican a la agricultura factor escaso en el sector; además se estará aportando con un producto de calidad para que llegue a la mesa de los Imbabureños.

También es importante el desarrollo del presente proyecto porque permitirá a todos los productores de papaya del sector organizarse dentro del campo administrativo, técnico, de comercialización y financiero y obtener mejores resultados de equilibrio, estabilidad, sostenibilidad y sustentabilidad de sus empresas. Además como empresa se obtendrá representatividad colectiva e institucional, promotoras de la calidad.

Se consideran beneficiarios directos del proyecto, a todas las personas que laborarán en la empresa productora y comercializadora de papaya en la comunidad de Cuambo y como beneficiarios indirectos estarían considerados; la ciudadanía del sector, las comercializadoras de este tipo de fruta; y toda la comunidad de Imbabura que consume papaya dentro de su dieta diaria.

El proyecto presentado es factible de realizarse porque en Cuambo es un sector de alta producción de papaya; se cuenta con el espacio físico en el sector, además de los conocimientos técnico administrativo, financiero y contable necesarios para desarrollar; por otro lado existe la predisposición de ayuda de los agricultores del sector.

Otro aspecto favorable de este proyecto es que tanto en la producción e innovación se enmarcan en el respeto y conservación de los recursos,

medio ambientales de este sector, es así que en la producción se propone alternativas de manejo estrictamente orgánicas y técnicamente delineadas llegando a caracterizar en este sentido el producto; en este aspecto de transformación se propone un manejo racional de los residuos, para la obtención de abono orgánico que será redistribuido a los predios de producción.

OBJETIVOS DEL PROYECTO

OBJETIVO GENERAL

Realizar un estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de papaya en la comunidad de Cuambo, Parroquia Salinas Cantón Ibarra, Provincia de Imbabura.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Realizar un diagnóstico situacional de la parroquia de Salinas, para identificar los aliados, oponentes, oportunidades y riesgos que tendrá el proyecto al momento de su gestión.
- Elaborar bases teórico-científicas, mediante una investigación bibliográfica, documental, que sirva de base para realizar el estudio de factibilidad del proyecto.
- Realizar un estudio de mercado para determinar la demanda potencial a satisfacer de papaya en la ciudad de Ibarra.
- Realizar el estudio técnico para establecer el tamaño, la localización, la tecnología, los procesos productivos y el talento humano requeridos para la operación del proyecto.
- Realizar un estudio financiero para determinar la inversión necesaria y factibilidad del proyecto.
- Diseñar la organización de la empresa y determinar la estructura organizativa en el aspecto administrativo y legal para su funcionamiento.

- Realizar un análisis de los principales impactos que genere la implantación del proyecto.

METODOLOGÍA

Para el presente estudio se utilizó, los métodos deductivo, inductivo, y análisis, los cuales permitieron cualificar y cuantificar aspectos relacionados a la producción y comercialización de la papaya en la comunidad de Cuambo, parroquia de Salinas, cantón Ibarra, provincia de Imbabura. Esto se alcanzó a través de la recolección de datos de fuentes primarias tales como: encuestas, observación directa, a posibles demandantes y ofertantes

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

1.1. Antecedentes

En la parroquia de Salinas, la comunidad de Cuambo es uno de los lugares más productivos dentro del campo agrícola gracias a la gran riqueza en su suelo, y las bondades de su clima es un lugar ideal para la siembra de papaya; a más de otras frutas que produce el sector como Guayaba, caña, guabas y otros.

Conociendo la importancia de la producción agrícola de la papaya como una fuente de ingresos económicos para Salinas y en especial para Cuambo se ve la necesidad de la creación de un proyecto que incentive a los agricultores a mejorar la producción, con un producto de calidad, con bases técnicas del sembrado, cuidado de la planta, cosecha. Este lugar está ubicado a 10 minutos de Salinas sus vías de acceso son muy buenas cuenta con todo los servicios básicos requeridos, al igual que el recurso humano para que se desarrolle con éxito el proyecto.

El presente diagnóstico situacional se efectuó con el propósito de conocer la situación actual del área donde se llevará a cabo el proyecto, especialmente de la actividad agrícola, tomando en cuenta que todo proyecto es incluyente y por ser el tema de estudio la producción y comercialización de papaya pertenece a esa actividad; para lo cual se plantearon objetivos diagnósticos, variables e indicadores, reflejados en el matriz de relación diagnóstica. Las fuentes de información utilizadas permitieron conocer la situación actual de la zona. Una vez recolectada la información se establecieron los aliados, oponentes, oportunidades y riesgos que tendrá el proyecto en su gestión.

1.2. Objetivos del Diagnóstico

1.2.1. General

Realizar un diagnóstico situacional de la parroquia de Salinas, para identificar los aliados, oponentes, oportunidades y riesgos que tendrá el proyecto al momento de su gestión.

1.2.2. Específicos

- Analizar la situación sociodemográfica de la parroquia de Salinas.
- Conocer la producción agrícola de la parroquia de Salinas.
- Establecer los sistemas de comercialización de la actividad agrícola.
- Identificar los niveles de rentabilidad y costos de la producción agrícola.
- Investigar la calidad del talento humano que labora en las actividades agrícolas.

1.3. Variables diagnósticas

1.3.1. Variables

- Sociodemográfico
- Producción
- Comercialización
- Rentabilidad y costos
- Talento humano

1.4. Indicadores

1.4.1. Sociodemográfico

- Densidad población

- División política
- Educación
- Salud
- Servicios básicos
- Vivienda
- Viabilidad
- Actividades económicas

1.4.2. Producción

- Tipo de producto
- Productividad
- Área de terreno
- Incursión en el cultivo
- Expectativas del cultivo

1.4.3. Comercialización

- Canal de distribución
- Mercado meta
- Demanda y oferta
- Intermediarios
- Precios

1.4.4. Rentabilidad y costos

- Costo de insumos
- Rentabilidad
- Financiamiento
- Capital de trabajo

1.4.5. Talento humano

- Experiencia
- Organización
- Capacitación
- Asistencia técnica

1.5. Matriz de Relación Diagnóstica

Cuadro 1 MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA

OBJETIVOS	VARIABLE	ASPECTO O INDICADOR	FUENTE DE INFORMACIÓN	TÉCNICAS	INFORMANTE
Analizar la situación sociodemográfica de la parroquia de Salinas.	Socioeconómico	<ul style="list-style-type: none"> • Densidad población • División política • Educación • Salud • Servicios básicos • Vivienda • Viabilidad • Actividades económicas 	Secundaria	Bibliográfica	Plan de Ordenamiento Territorial de Salinas
Conocer la producción agrícola actual de la parroquia de Salinas	Producción	<ul style="list-style-type: none"> • Tipo de producto • Productividad • Área de terreno • Incursión en el cultivo • Expectativas del cultivo 	Primaria Secundaria	Encuesta Observación directa Bibliográfica	Agricultores Documentos e internet
Establecer los sistemas de comercialización de la actividad agrícola	Comercialización	<ul style="list-style-type: none"> • Canal de distribución • Mercado meta • Demanda y oferta • Intermediarios • Precios 	Primaria	Encuesta	Agricultores
Identificar los niveles de rentabilidad y costos de la producción agrícola	Rentabilidad y costos	<ul style="list-style-type: none"> • Costo de insumos • Rentabilidad • Financiamiento • Capital de trabajo 	Primaria	Encuesta	Agricultores
Investigar la calidad del talento humano que labora en las actividades agrícolas	Talento humano	<ul style="list-style-type: none"> • Experiencia • Organización • Capacitación • Asistencia técnica 	Primaria Secundaria	Encuesta Bibliográfica	Agricultores Documentos e internet

Elaborado por: La Autora
Año: 2013

1.6. Mecánica operativa del diagnóstico

Para el presente estudio se utilizó el siguiente procedimiento:

1.6.1. Población a investigar

La población a investigar para el diagnóstico fueron los agricultores de la parroquia de Salinas, siendo 435 dato proporcionado por la Junta Parroquial.

1.6.2. Cálculo de la Muestra

Tomando en cuenta que la población sujeta a estudio es significativa, se decidió obtener una muestra, aplicando la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2 d^2 N}{|e|^2 |N - 1| + Z^2 d^2}$$

Simbología:

N = Tamaño de la población

n = Tamaño de la muestra

e = Error máximo admisible del tamaño de la muestra (0,05)

σ = Varianza 0,25

Z = Nivel de Confianza

Datos:

N = 435

$$d^2 = 0,25$$

$$Z = 95\% \quad 1,96 \quad n = \frac{(1,96)^2 \cdot 0,25 \cdot 435}{0,05 \cdot (435 - 1) + (1,96)^2 \cdot 0,25}$$

$$e = 5\%$$

$$n = 204$$

1.7. Instrumentos de Recolección de la Información

1.7.1. Información Primaria.

- **Encuestas:** fueron aplicadas a los agricultores de la parroquia de Salinas, con la finalidad de conocer la situación de la actividad agrícola del sector.
- **La observación directa:** consistió en visitar directamente el lugar en estudio.

1.7.2. Información Secundaria.

La información de fuente secundaria utilizada fue: Plan de Ordenamiento Territorial, INEC, documentos, e internet.

1.7.3. Análisis de las variables diagnósticas

1.7.4. Sociodemográficas

- **Densidad población**

La población de la Parroquia de Salinas asciende a 1.741 habitantes según el Censo del 2010.

Cuadro 2 POBLACIÓN POR GÉNERO

POBLACIÓN POR SEXO	FRECUENCIA	%VÁLIDO	% ACUMULADO
Hombre	887	50,9	50,9
Mujer	854	49,1	100,0
Total	1.741	100,0	

Fuente: INEC Censo del 2010
Elaborado por: La autora
Año: 2013

Cuadro 3 TENDENCIA DE CRECIMIENTO

Sexo	T.C.
1. Hombre	0,03%
2. Mujer	0,60%
Total	0,30%

Fuente: INEC Censo del 2010
Elaborado por: La autora
Año: 2013

Cuadro 4 EDAD POR RANGOS

EDAD EN RANGOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE VÁLIDO	PORCENTAJE ACUMULADO
de 0 a 5 años	214	12,3	12,3
de 6 a 15 años	401	23,0	35,3
de 16 a 25 años	324	18,6	53,9
de 26 a 35 años	264	15,2	69,1
de 36 a 45 años	185	10,6	79,7
de 46 a 55 años	136	7,8	87,5
de 56 a 65 años	107	6,1	93,7
de 66 años en adelante	110	6,3	100,0
Total	1741	100,0	

Fuente: INEC Censo del 2010
Elaborado por: La autora
Año: 2013

División política

Los barrios que conforman a la parroquia son:

Barrios

Cuadro 5 ESTRUCTURA POLÍTICO ADMINISTRATIVA

PARROQUIA		COMUNIDADES
RURAL	Salinas	Cuambo Barrio San Luis Barrio La Esperanza Barrio La Floresta Barrio Central Barrio San Martín Barrio San Miguel Caserío El Consejo

Fuente: Gobierno Parroquial de Salinas.
Elaborado por: La autora
Año: 2013

La ubicación geográfica es:

Santa Catalina de Salinas parroquia rural perteneciente al Cantón San Miguel de Ibarra, de la Provincia de Imbabura, ubicada a 25.5 km al norte de la capital provincial.

Límites: La parroquia de Salinas limita al norte con las parroquias de Juan Montalvo y Carolina de los Cantones Mira e Ibarra respectivamente, al este con la delimitación territorial de las cabeceras cantonales de Ibarra y Mira, además con la parroquia de Juan Montalvo, al oeste con las parroquias de Cahuasqui, Pablo Arenas y Tumbabiro del Cantón San miguel de Urcuquí y al sur con la cabecera cantonal del Cantón Urcuquí.

Superficie: La superficie es de 7.718,72 Ha (siete mil setecientas dieciocho con setenta y dos hectáreas) datos provisionales sujetos a revisión con la resolución a emitirse por la CELIR.

Altura: De acuerdo a su topografía, aproximadamente se encuentra entre los 1.400 y 3.150 m.s.n.m., y la Cabecera parroquial se encuentra aproximadamente a 1700 m.s.n.m.

- **Educación**

En el aspecto educativo la parroquia cuenta con un jardín de infantes denominado “Juan Salinas”, tres escuelas fiscales: “Antonio Ante” ubicada en la cabecera parroquial, “13 de Abril” en el barrio San Luis y la escuela “Manuel J. Calle” ubicada en la comunidad de Cuambo, también dispone de un Colegio Técnico Nacional “Salinas” y el Centro de Alto rendimiento Académico y Físico “Don Pedro de Arobe”.

Una problemática educativa detectada en la parroquia, es el alto porcentaje de jóvenes que no ingresan a la educación secundaria, debido principalmente a los bajos recursos económicos de las familias, poca orientación y apoyo a los jóvenes, que en muchos casos optan por migrar del área y en otros casos los padres no inculcan desde niños, la importancia que tiene la educación como fuente de desarrollo social. A esta problemática se suma el poco equipamiento audiovisual, el centro cultural carece de libros actualizados.

Se ha creado un extensión del colegio a distancia – IRFEYAL sin embargo es importante promocionar de mejor manera la utilidad del colegio existente, además orientar a los jóvenes mediante conferencias sobre educación y capacitar a los padres de familia con cursos de escuela para padres.

Cuadro 6 INSTITUCIONES EDUCATIVAS

INSTITUCIÓN EDUCATIVA	COMUNIDAD	NÚMERO DE ESTUDIANTES
Escuela Antonio Ante	Salinas centro	200
Escuela Trece de Abril	San Luis	45
Escuela Jesús Calle	Cuambo	50
Centro de Alto Rendimiento	Salinas	200
Colegio Técnico Salinas	Salinas centro	150
C.N.H de 0 a 5 años	San Luis	50
C.N.H de 0 a 5 años	Cuambo	50
C.N.H de 0 a 5 años	SALINAS	54
Colegio a distancia	Salinas centro	30

Fuente: Gobierno Parroquial de Salinas

Elaborado por: La autora

Año: 2013

Cuadro 7 INDICADORES DE ALFABETISMO

INDICADORES	PARROQUIA	CANTÓN	PROVINCIA
Tasa de alfabetismo de mayores de 15 años de edad	91.92	92.74	86.64
Tasa de alfabetismo de mayores de 10 años de edad	92.61	93.21	88.05
Tasa de analfabetismo de mayores de 15 años de edad	8.08	7.26	13.36
Tasa de analfabetismo de mayores de 10 años de edad	7.39	6.79	11.95
Tasa de asistencia escolar primaria	88.31	91.28	89.19
Tasa de asistencia escolar secundaria	31.34	49.37	38.86
Tasa de asistencia escolar superior	4.45	17.35	12.3
Escolaridad de la población de 10 y más años de edad	5.56	7.44	6.34
Escolaridad de la población de 24 y más años de edad	5.06	7.53	6.17
Escolaridad del jefe de hogar	4.42	6.8	5.65
Escolaridad del jefe (hombre) de hogar	4.48	7.05	5.91
Escolaridad de las jefas de hogar	4.07	6.06	4.9
Tasa de acceso a instrucción superior	3.4	20.87	14.88
Población alfabetizada mayor de 15 años de edad	955	96177	194150
Población alfabetizada mayor de 10 años de edad	1141	112437	232637
Población analfabetizada mayor de 15 años de edad	84	7529	29931
Población analfabetizada mayor de 10 años de edad	91	8190	31572
Población de 15 años y más con información válida para alfabetismo	1039	103706	224081

Fuente: INFOPLAN

Elaborado por: La autora

Año: 2013

- **Salud**

En la salud se presentan las principales causas de enfermedad que tienen su origen en la deficiente infraestructura sanitaria por efectos de contagio y contaminación de la mala calidad de agua, especialmente en el barrio San Luis y comunidad Cuambo, ya que no existen plantas de tratamiento potabilizadoras.

La atención de los casos más frecuentes en los centros de salud se determina en el cuadro siguiente:

Cuadro 8 CASOS DE ENFERMEDAD MÁS FRECUENTES

ENFERMEDAD	CAUSAS
IRA*	Gripes, clima, frío, contagio, contaminación
EDAS*	Desaseo, contagio, contaminación, parásitos
PARASITOSIS	Desaseo, falta de infraestructura sanitaria, mal tratamiento de agua
DERMATITIS	Ácaros, hongos, contaminación, contagio
DESNUTRICIÓN	Pobreza, poca diversificación en la alimentación, diarreas, tratamiento inadecuado
REUMATITIS	Factores climáticos y alimenticios
IRA: Infecciones respiratorias agudas - EDAS: enfermedades diarreicas agudas	

Fuente: SIISE
Elaborado por: La autora
Año: 2013

Existe una contaminación ambiental por la presencia de criaderos chanchos en la comunidad de Cuambo, existen escasos corrales de ganado vacuno y porcino en la parroquia.

También la salud de la población se ve afectada por la quema de la caña de azúcar y la deforestación existente en toda la zona, misma que ocasiona sequías prolongadas.

Cuadro 9 COBERTURAS DE SALUD

SERVICIOS	PARROQUIA	CANTÓN	PROVINCIA
Establecimientos sin internación	1	34	98
Centros de salud	0	1	1
Dispensarios médicos	0	19	43
Puestos de salud	0	0	6
Sub centros de salud	1	13	46
Personal en establecimientos de salud	2	515	842
Médicos/as - establecimientos públicos	0	127	213
Médicos/as - establecimientos privados	0	65	68
Obstetrices - establecimientos públicos	0	4	10
Obstetrices - establecimientos privados	0	0	1
Enfermeras/os - establecimientos públicos	1	124	183
Enfermeras/os - establecimientos privados	0	11	11
Auxiliares de enfermería - establecimientos públicos	1	134	261
Auxiliares de enfermería - establecimientos privados	0	20	23

Fuente: Plan de Ordenamiento Territorial

Elaborado por: La autora

Año: 2013

• Servicios básicos

Los servicios básicos se encuentran en los siguientes niveles que se presentan.

Cuadro 10 SERVICIOS DE ENERGÍA ELÉCTRICA

SERVICIO DE ENERGÍA ELÉCTRICA	FRECUENCIA	PORCENTAJE VÁLIDO	PORCENTAJE ACUMULADO
Red de empresa eléctrica de servicio público	457	98,7	98,7
Generador de luz (Planta eléctrica)	1	0,2	98,9
Otro	1	0,2	99,1
No tiene	4	0,9	100,0
Total	463	100,0	
Sistema	149		
TOTAL	612		

Fuente: Gobierno Parroquial de Salinas.

Elaborado por: La autora

Año: 2013

Cuadro 11 SERVICIOS DE AGUA

AGUA	FRECUENCIA	PORCENTAJE VÁLIDO	PORCENTAJE ACUMULADO
De red pública	336	72,6	72,6
De pozo	12	2,6	75,2
De río, vertiente, acequia o canal	104	22,5	97,6
De carro repartidor	5	1,1	98,7
Otro (Agua lluvia/albarrada)	6	1,3	100,0
Total	463	100,0	
Sistema	149		
	612		

Fuente: Gobierno Parroquial de Salinas.

Elaborado por: La autora

Año: 2013

Cuadro 12 SERVICIO DE TELÉFONO

	FRECUENCIA	PORCENTAJE VÁLIDO	PORCENTAJE ACUMULADO
Si	190	40,2	40,2
No	283	59,8	100,0
Total	473	100,0	

Fuente: Gobierno Parroquial de Salinas.

Elaborado por: La autora

Año: 2013

Cuadro 13SERVICIO DE INTERNET

	FRECUENCIA	PORCENTAJE VÁLIDO	PORCENTAJE ACUMULADO
Si	23	4,9	4,9
No	450	95,1	100,0
Total	473	100,0	

Fuente: Gobierno Parroquial de Salinas.

Elaborado por: La autora

Año: 2013

- **Viabilidad**

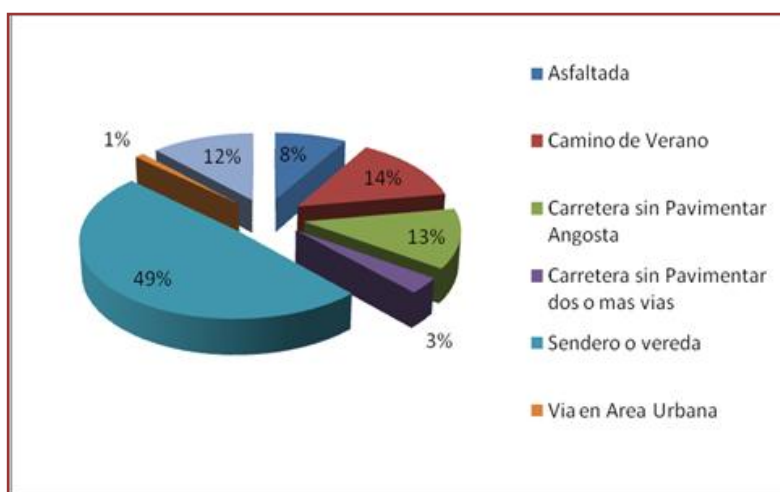
La zona a pesar de tener un gran potencial agrícola a través del cultivo y comercialización de la caña de azúcar, no dispone de una adecuada red vial interna que proporcione el traslado del producto con mayor facilidad desde las fincas hacia la planta procesadora de caña (IANCEM).

Cuadro 14 TIPO DE VÍAS

TIPO DE VIAS EN LA PARROQUIA DE SANTA CATALINA DE SALINAS	METROS
Asfaltada	17,013.15
Camino de Verano	28,259.64
Carretera sin Pavimentar Angosta	25,384.27
Carretera sin Pavimentar dos o más vías	6,713.87
Sendero o vereda	99,121.70
Vía en Área Urbana	2,184.37
línea férrea	24,438.73

Fuente: Gobierno Parroquial de Salinas
Elaborado por: La autora
Año: 2013

Gráfico 1 TIPOS DE VÍAS



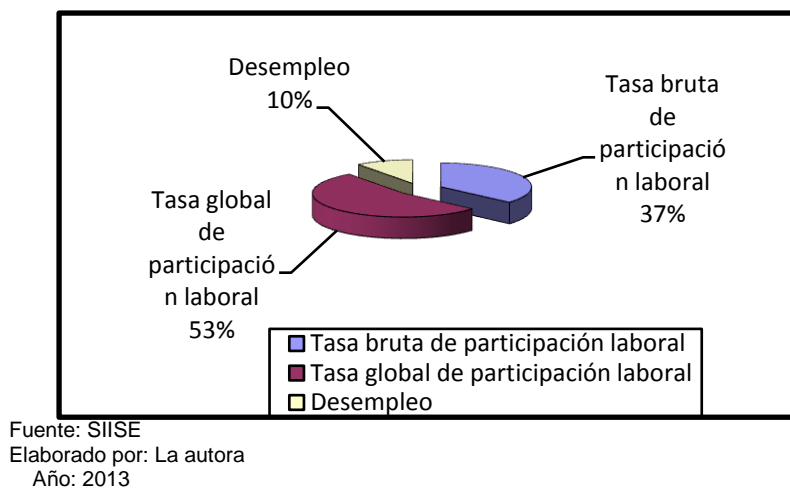
Elaborado por: La autora
Año: 2013

Como característica vial principal cabe destacar que la parroquia se encuentra atravesada de este a oeste por la vía asfaltada que une Ibarra – San Lorenzo, y de norte a sur por la vía Asfaltada que une Salinas, Tumbabiro al cantón Urcuquí. El centro poblado de Salinas en su mayoría dispone de calles adoquinadas, sin embargo los barrios periféricos se conectan por vías, empedradas, carrozables, lastradas y de tierra, en general la conectividad parroquial interna ha definido los ejes viales como regulares.

- **Actividades económicas**

El cultivo de la caña de azúcar, los jornales de zafra y hacienda, son actividades fundamentales a las que se dedican generalmente los jefes de hogar y hombres en edad de trabajo, la crianza de animales menores como cerdos, gallinas y cuyes, son actividades principales que las desarrollan las mujeres de la población.

Gráfico 2 SITUACIÓN LABORAL



La disminución de la fertilidad de los suelos ha bajado los ingresos de las familias y se intenta recuperar el déficit con el trabajo fuera de la parcela y de la comunidad en actividades de comercio especialmente agrícola, este trabajo es importante para la manutención de la familia por cuanto los ingresos de la agricultura y de las actividades pecuarias no les alcanza para cubrir los gastos en salud, vestimenta y los productos complementarios de la canasta básica familiar.

Todos los productos agrícolas son consumidos y solo los excedentes en ciertas épocas del año y en ciclos buenos son vendidos en cantidades pequeñas y a precios de intermediario.

Todos los ahorros obtenidos van en beneficio de mejoras de vivienda y los compromisos sociales, culturales y religiosos, como bautizos, matrimonios, confirmaciones, muertes, fiestas, que son base de sus preceptos culturales; otros gastos menores se hacen en la compra de útiles escolares, matrículas, ropa, etc.

Los ingresos de las familias de la parroquia provienen principalmente, en un 60% de trabajos, especialmente del hombre en actividades donde vende su fuerza de trabajo como asalariados dentro y fuera de los límites de la zona como rubro importante, el 15% adicional proviene de actividades agrícolas y pecuarias como trabajo familiar y el restante de la actividad comercial.

Cuadro 15 CUADRO COMPARATIVO DE INDICADORES ECONÓMICOS

INDICADOR	PARROQUIA	CANTÓN	PROVINCIA	REGIÓN	PAÍS
Población en edad de trabajar (PET)	1155	113854	248142	4011729	8917360
Población económicamente activa (PEA)	617	59878	131315	2175867	4553746
Tasa bruta de participación laboral	36,4	39,1	38,2	39,8	37,5
Tasa global de participación laboral	53,4	52,6	52,9	54,2	51,1

Fuente: SIISE
Elaborado por: La autora
Año: 2013

La producción agrícola se ve favorecida por la calidad de los suelos y los ciclos más largos, es una zona ideal para el cultivo de la caña de azúcar y frutas como la papaya, cítricos, guayaba, aguacate y otras de clima cálido, y de hortalizas como tomate riñón, ají, pimiento

La tecnología es limitada en la preparación del suelo, ya que para el tipo de cultivo se requiere de maquinaria agrícola y no todos los finqueros y propietarios la disponen, debiendo estos recurrir al arriendo por uso. Por ser proveedores de materia prima para la planta procesadora de IANCEM, los cultivos y mantenimientos se los realiza de acuerdo a los requerimientos de asistencia técnica que esta empresa exige a los

cunicultores de la zona, por lo que a nivel de haciendas la agricultura es altamente tecnificada.

En la parte pecuaria existe un gran potencial para la crianza de aves y sus derivados, existiendo en la zona algunas empresas que se dedican a esta actividad y de manera minoritaria la población dentro de sus propiedades u hogares. Los equinos son considerados como una herramienta de trabajo y utilizado como transporte de carga y de personas, principalmente en las pequeñas zafras y quemas para la producción de panela.

Cuadro 16CULTIVOS PREDOMINANTES EN LA PARROQUIA

CULTIVOS DE LA PARROQUIA DE SANTA CATALINA DE SALINAS	DESCRIPCION	HECTAREAS
Cc	CICLO CORTO	267.70
Ce	CEREALES	332.34
Ch	HORTALIZAS	13.19
Cm	MAIZ	200.59
Cr	FRUTALES	263.75
Cñ	CAÑA DE AZUCAR	279.37
Pc	PASTO CULTIVADO	657.73
AREA TOTAL		2,014.67

Fuente: Gobierno parroquial de Salinas
Elaborado por: La autora
Año 2013

1.7.5. Tabulación y análisis de la información recopilada a través de encuestas.

Previo a la aplicación final de la encuesta se realizó la encuesta piloto, que permitió reestructurar el formulario de preguntas.

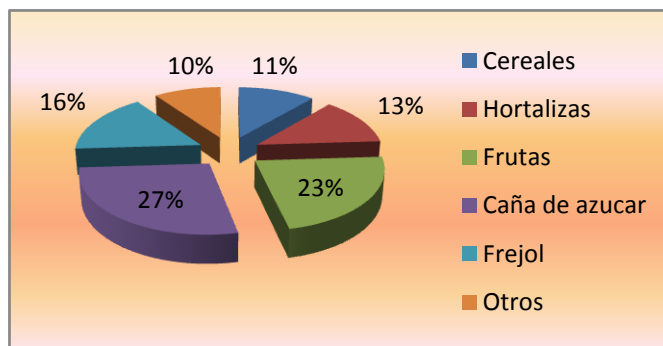
Resultado de la encuesta dirigida a los agricultores de la parroquia Salinas

1. ¿Cuál es el tipo de cultivo que produce actualmente?

Cuadro 17 TIPO DE CULTIVO

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Cereales	23	11
Hortalizas	26	13
Frutas	46	23
Caña de azúcar	56	27
Frejol	33	16
Otros	20	10
TOTAL	204	100

Gráfico 3 TIPO DE CULTIVO



Fuente: Encuesta a los agricultores
Elaborado por: La autora
Año: 2013

ANÁLISIS:

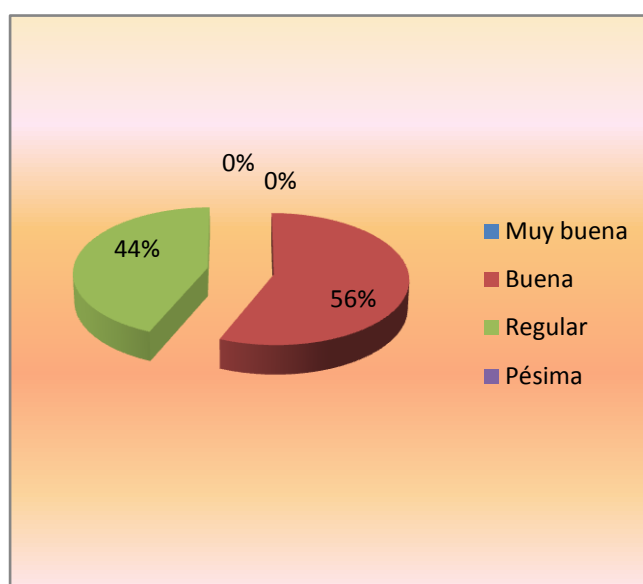
El producto que más se cultiva en Salinas es la caña de azúcar y frutas, porque son productos aptos para el tipo de clima que el lugar posee además presentan mayor demanda en el mercado consumidor, seguidos por frejol, hortalizas, cereales que de igual manera son productos comercializados en los diferentes mercados de la provincia.

2. ¿Cómo considera usted a la actividad agrícola es?

Cuadro 18ACTIVIDAD AGRÍCOLA

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Muy buena	0	0
Buena	115	56
Regular	89	44
Pésima		0
TOTAL	204	100

Gráfico 4ACTIVIDAD AGRÍCOLA



Fuente: Encuesta a los agricultores
Elaborado por: La autora
Año: 2013

ANÁLISIS:

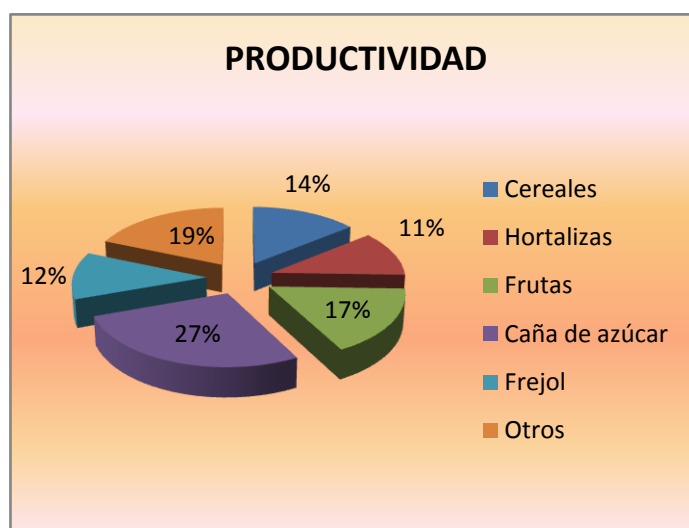
Como se puede observar en un mayor porcentaje consideran que la agricultura es una actividad buena, porque permite brindar al mercado consumidor la variedad de productos que necesitan, en una minoría manifiestan que es regular, debido a que presenta muchos inconveniente al realizar su comercialización, porque el precio en muchas ocasiones es muy bajo en comparación a los costos de producción.

3. ¿Qué productos son de mayor productividad?

Cuadro 19PRODUCTIVIDAD

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Cereales	29	14
Hortalizas	23	11
Frutas	34	17
Caña de azúcar	56	27
Frejol	24	12
Otros	38	19
TOTAL	204	100

Gráfico 5PRODUCTIVIDAD



Fuente: Encuesta a los agricultores
Elaborado por: La autora
Año: 2013

ANÁLISIS:

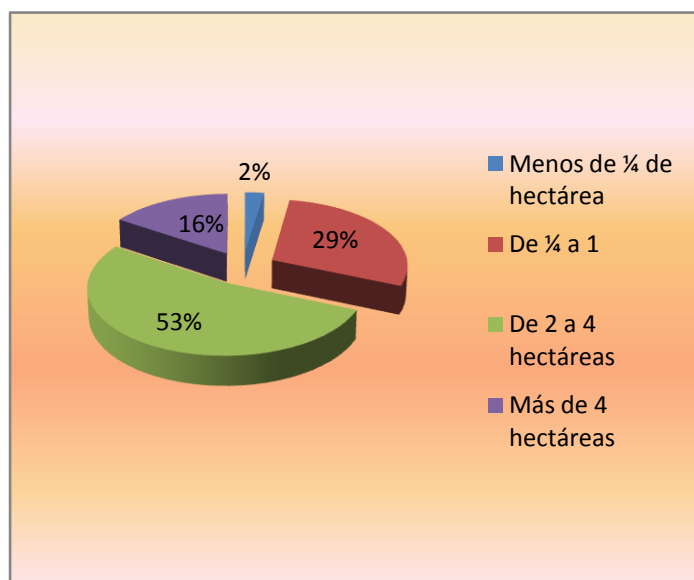
Los productos de mayor productividad en Salinas son la caña de azúcar, y frutas, los cuales quienes en la actualidad han presentado mayor demanda en el mercado por la utilización que le dan como producto final, también se encuentra los cereales, frejol, hortalizas quienes son comercializados con facilidad como productos indispensables de consumo.

4. ¿Cuál es el área de terreno que posee?

Cuadro 20ÁREA DE TERRENO

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Menos de ¼ de hectárea	5	2
De ¼ a 1	59	29
De 2 a 4 hectáreas	108	53
Más de 4 hectáreas	32	16
TOTAL	204	100

Gráfico 6ÁREA DE TERRENO



Fuente: Encuesta a los agricultores
Elaborado por: La autora
Año: 2013

ANÁLISIS:

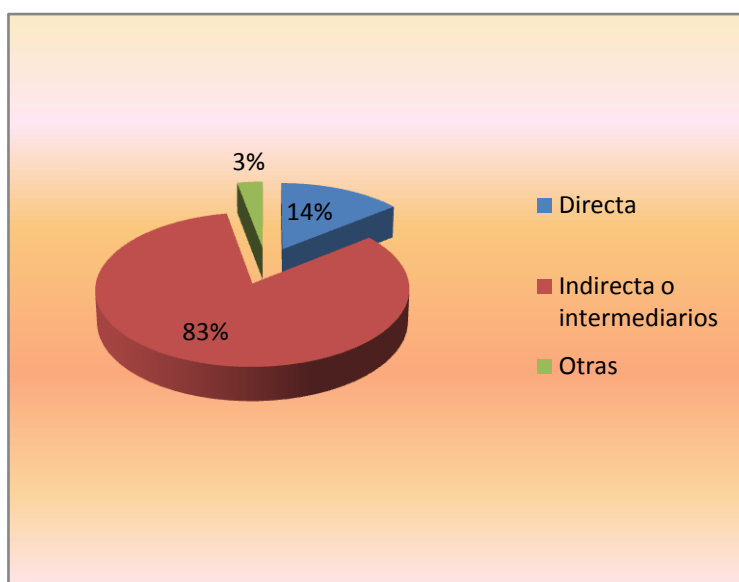
El área de terreno que poseen los habitantes de Salinas para la agricultura es de 2 a 4 hectáreas las cuales utilizan para los trabajo agrícolas, seguido por ¼ a 1 hectárea que disponen para realizar sus actividades, son pocos quienes alcanzan más de 4 hectáreas quienes tienen mayor productividad por tener más extensión de tierras.

5. ¿Cómo realiza la comercialización de los productos?

Cuadro 21FORMA DE COMERCIALIZACIÓN

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Directa	29	14
Indirecta o intermediarios	169	83
Otras	6	3
TOTAL	204	100

Gráfico 7FORMA DE COMERCIALIZACIÓN



Fuente: Encuesta a los agricultores
Elaborado por: La autora
Año:2013

ANÁLISIS:

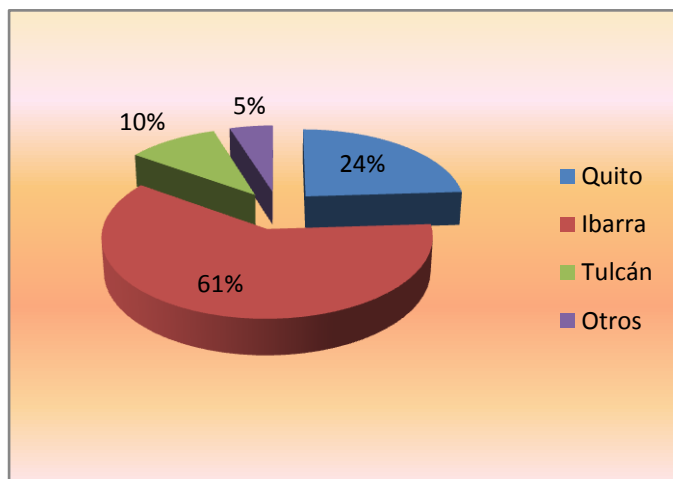
La mayoría de los agricultores para la comercialización de los productos lo hacen a través de los intermediarios, quienes se encargan de comprar el producto en la mismo sector o de los mercados donde acuden los agricultores, otra de las maneras utilizadas es de forma directa que consiste en que el propio dueño del producto lleve al consumidor final.

6. ¿Los productos de la Parroquia, a qué mercado atienden actualmente?

Cuadro 22 TIPO DE MERCADO

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Quito	49	24
Ibarra	124	61
Tulcán	21	10
Otros	10	5
TOTAL	204	100

Gráfico 8 TIPO DE MERCADO



Fuente: Encuesta a los agricultores
Elaborado por: La autora
Año: 2013

ANÁLISIS:

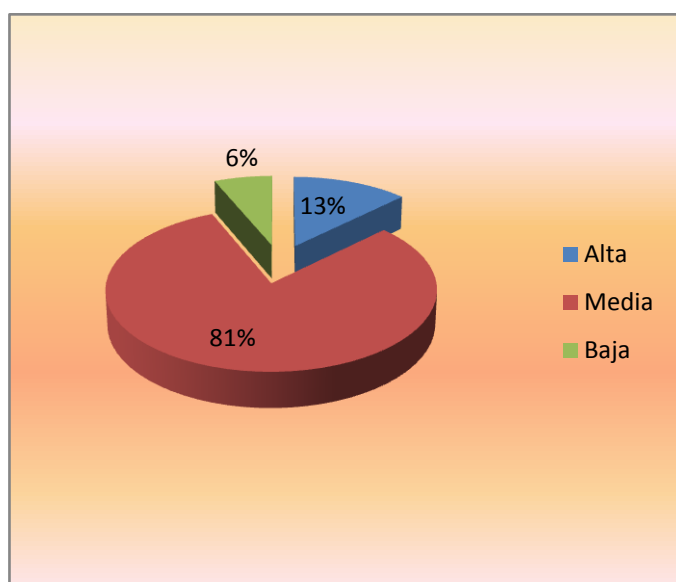
El destino de los productos de la zona están dirigidos a Ibarra, una de las razones es por la existencia de la demanda del producto y la facilidad para su comercialización a los distintos mercados, seguido por la ciudad de Quito, quienes se encarga de llevar el producto son los intermediarios, también lo realizan a Tulcán en menor porcentaje y a otros lugares de la provincia.

7. ¿Los productos de la Parroquia tienen una demanda?

Cuadro 23NIVEL DE LA DEMANDA

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Alta	26	13
Media	165	81
Baja	13	6
TOTAL	204	100

Gráfico 9NIVEL DE LA DEMANDA



Fuente: Encuesta a los agricultores
Elaborado por: La autora
Año: 2013

ANÁLISIS:

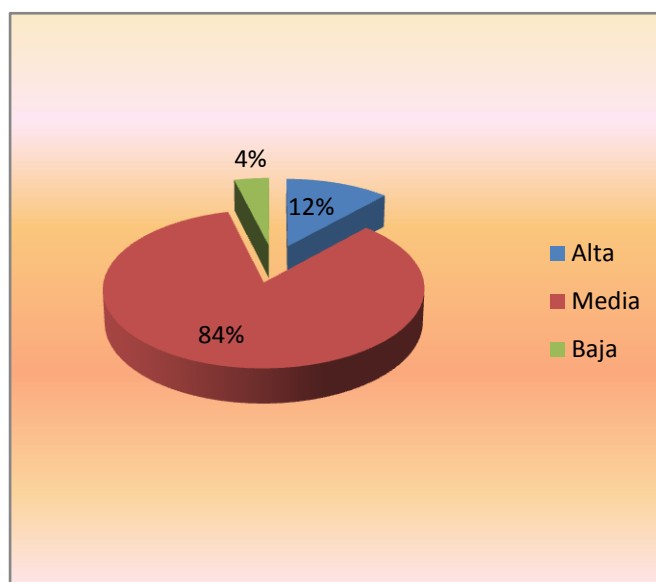
La parroquia de Salina tiene una ventaja que favorece el cultivo de los productos, por tal razón entregan al mercado un producto de calidad que fácilmente se ha ido incrementando el nivel de demanda, también se encuentra quienes no pueden vender con facilidad por no contar con los recursos necesarios para sacar el producto a tiempo.

8. ¿La competencia que tiene es?

Cuadro 24LA COMPETENCIA

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Alta	24	12
Media	172	84
Baja	8	4
TOTAL	204	100

Gráfico 10LA COMPETENCIA



Fuente: Encuesta a los agricultores
Elaborado por: La autora
Año:2013

ANÁLISIS:

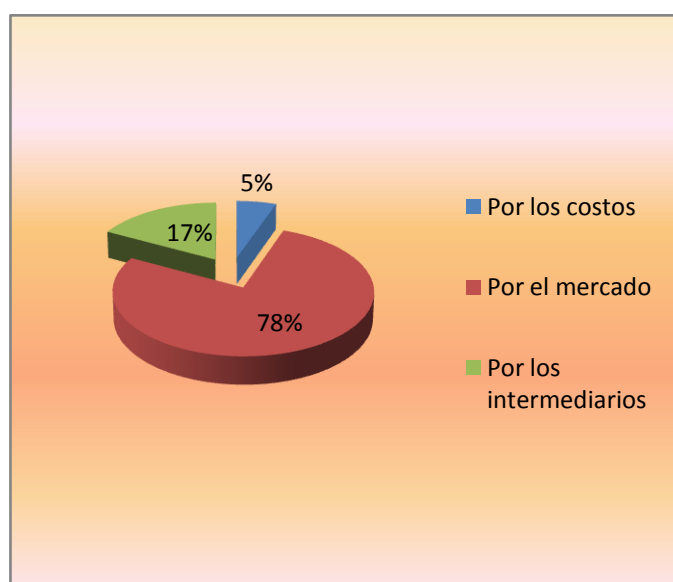
Actualmente la competencia que la mayoría a presenciado es media, porque existen a nivel de la provincia sectores que se dedican al cultivo de productos similares, los cuales se han convertido en una amenaza porque han generado un desequilibrio en el precio del producto, también en un porcentaje menor manifestaron que existe una competencia alta, porque no existe apoyo de organismos quienes apoyen a los agricultores ayudando a comercializar el producto a nivel nacional.

9. ¿La determinación de los precios de sus productos lo hace por?

Cuadro 25 DETERMINACIÓN DEL PRECIO

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Por los costos	11	5
Por el mercado	158	77
Por los intermediarios	35	17
TOTAL	204	100

Gráfico 11 DETERMINACIÓN DEL PRECIO



Fuente: Encuesta a los agricultores
Elaborado por: La autora
Año: 2013

ANÁLISIS:

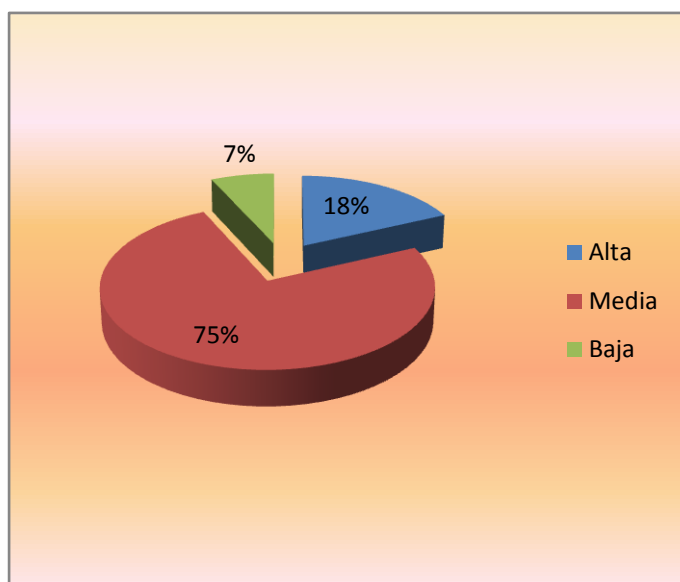
Un mayor porcentaje de agricultores manifiestan que para la determinación del precio de los productos lo realizan a través del mercado, porque depende de la oferta y la demanda que en ese momento se maneje también toman en cuenta el costo que plantean los intermediarios quienes son los manejadores de los precios, son pocos quienes establecen el precio tomando en cuenta el costo de producción.

10. ¿La rentabilidad que obtienen de la actividad como la considera?

Cuadro 26NIVEL DE RENTABILIDAD

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Alta	37	18
Media	153	75
Baja	14	7
TOTAL	204	100

Gráfico 12NIVEL DE RENTABILIDAD



Fuente: Encuesta a los agricultores
Elaborado por: La autora
Año: 2013

ANÁLISIS:

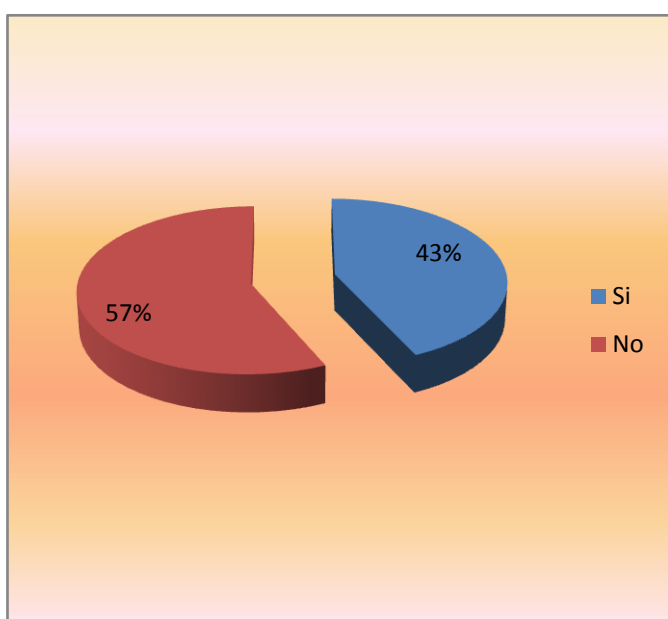
Por la existencia de las distintas variedades de productos de los diferentes lugares de la provincia los agricultores manifiestan que los beneficios de ésta actividad se encuentra en un nivel medio, que en ocasiones no llegan las utilidades esperadas, además quienes se dedican a la comercialización directa comentan que la actividad les resulta muy rentable.

11. ¿Tiene acceso a financiamiento para su actividad?

Cuadro 27 ACCESO AL FINANCIAMIENTO

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Si	88	43
No	116	57
TOTAL	204	100

Gráfico 13 ACCESO AL FINANCIAMIENTO



Fuente: Encuesta a los agricultores
Elaborado por: La autora
Año: 2013

ANÁLISIS:

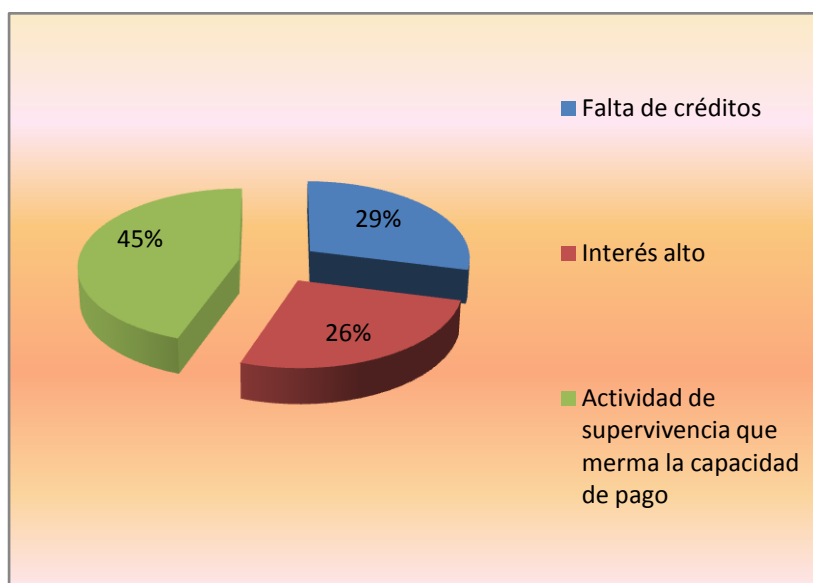
El mayor porcentaje de los agricultor no cuenta con un financiamiento para su trabajos agrícolas, los costos que realizan son cubiertos por cuenta propia, porque las entidades financieras son muy exigentes para otorgar un crédito destinados a labores agrícolas, como se puede observar también existen agricultores que han gestionado créditos para cubrir los gastos realizados en los cultivo.

12. ¿Qué dificultades financieras enfrenta actualmente?

Cuadro 28DIFICULTADES FINANCIERAS

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Falta de créditos	59	29
Interés alto	54	26
Actividad de supervivencia que merma la capacidad de pago	91	45
TOTAL	204	100

Gráfico 14DIFICULTADES FINANCIERAS



Fuente: Encuesta a los agricultores
Elaborado por: La autora
Año: 2013

ANÁLISIS:

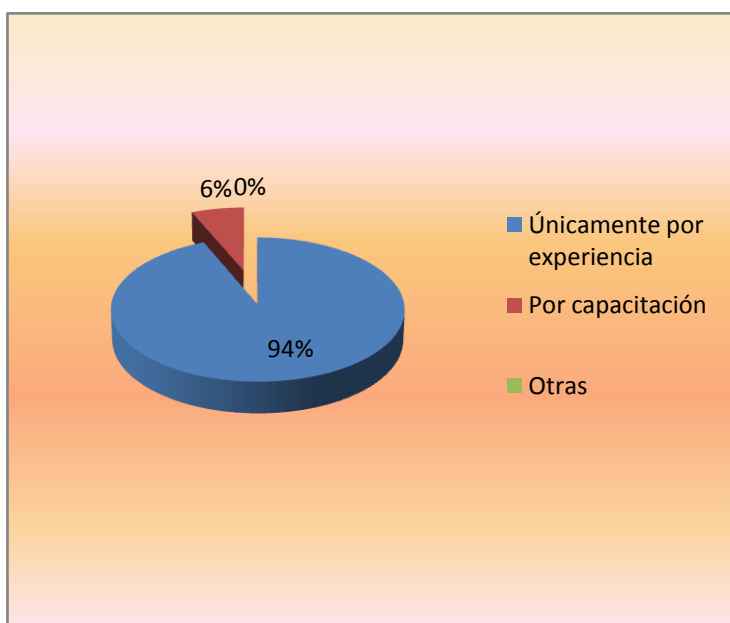
Los agricultores enfrentan dificultades financieras, debido a que la inversión que le otorgan solamente cubren los costos de compra más no los inconvenientes que se presentan durante el proceso del cultivo como por ejemplo la pérdida de la producción por cuestiones de exceso de lluvias, esto provoca que se genere una desconfianza por parte de las financieras.

13. ¿La actividad que realiza usted es basada en?

Cuadro 29 CONOCIMIENTO DE LA ACTIVIDAD

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Únicamente por experiencia	191	94
Por capacitación	13	6
Otras	0	0
TOTAL	204	100

Gráfico 15 CONOCIMIENTO DE LA ACTIVIDAD



Fuente: Encuesta a los agricultores
Elaborado por: La autora
Año: 2013

ANÁLISIS:

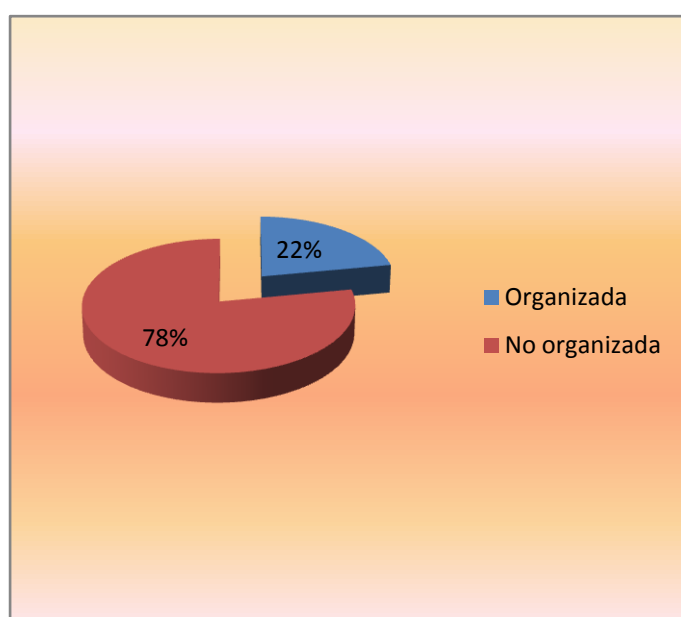
Existe un gran segmento de agricultores que se dedican a esta actividad únicamente por experiencia, porque en su mayoría es el único trabajo que pueden desarrollar, otros lo realizan porque han recibido la capacitación necesaria para conocer los procesos agrícolas que se deben aplicar, finalmente se encuentran quienes lo realizan por diferentes razones.

14. ¿La actividad agrícola en la parroquia se encuentra?

Cuadro 30 ACTIVIDAD AGRÍCOLA DE LA PARROQUIA

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Organizada	45	22
No organizada	159	78
TOTAL	204	100

Gráfico 16 ACTIVIDAD AGRÍCOLA DE LA PARROQUIA



Fuente: Encuesta a los agricultores
Elaborado por: La autora
Año: 2013

ANÁLISIS:

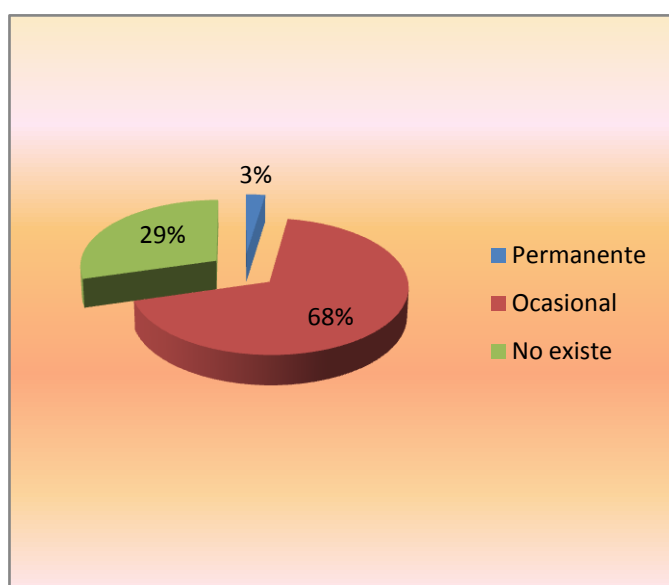
En su mayoría los agricultores mantiene una actividad agrícola no organizada, sus decisiones en sus actividades son individuales, porque no cuentan con un representante que se preocupe por darles mejores alternativas de producción y comercialización de sus productos, en un porcentaje menor cuentan con una organización que está encaminada a mejorar la comercialización de los productos de la zona.

15. ¿Recibe asistencia técnica para sus cultivos en forma?

Cuadro 31ASISTENCIA TÉCNICA

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Permanente	5	2
Ocasional	139	68
No existe	60	29
TOTAL	204	100

Gráfico 17ASISTENCIA TÉCNICA



Fuente: Encuesta a los agricultores
Elaborado por: La autora
Año:2013

ANÁLISIS:

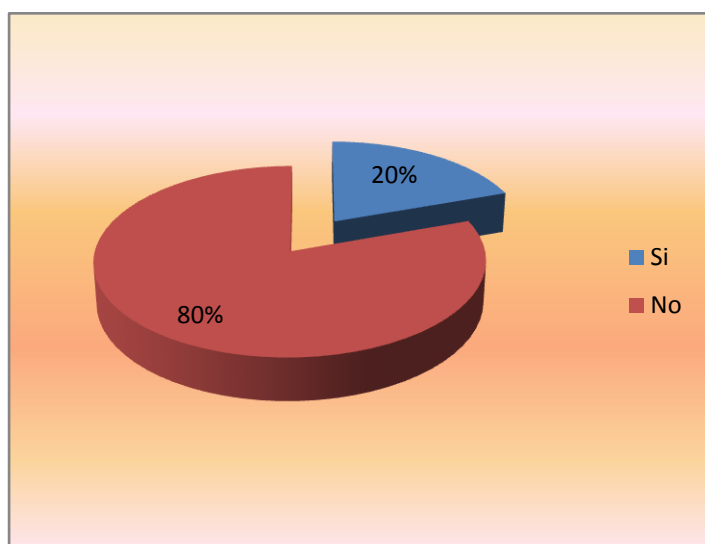
Según los agricultores de la parroquia Salinas, manifiestan que ocasionalmente reciben asistencia técnica de las organizaciones del estado que se dedican a capacitar al agricultor, seguido por personas quienes no han recibido en ningún tiempo, son pocos los agricultores que por cuenta propia se mantienen en constante capacitación para mejorar su producción.

16. ¿Considera usted que las nuevas generaciones optaran por la actividad agrícola?

Cuadro 32ACTIVIDAD AGRÍCOLA FUTURA

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Si	40	20
No	164	80
TOTAL	204	100

Gráfico 18ACTIVIDAD AGRÍCOLA FUTURA



Fuente: Encuesta a los agricultores
Elaborado por: La autora
Año: 2013

ANÁLISIS:

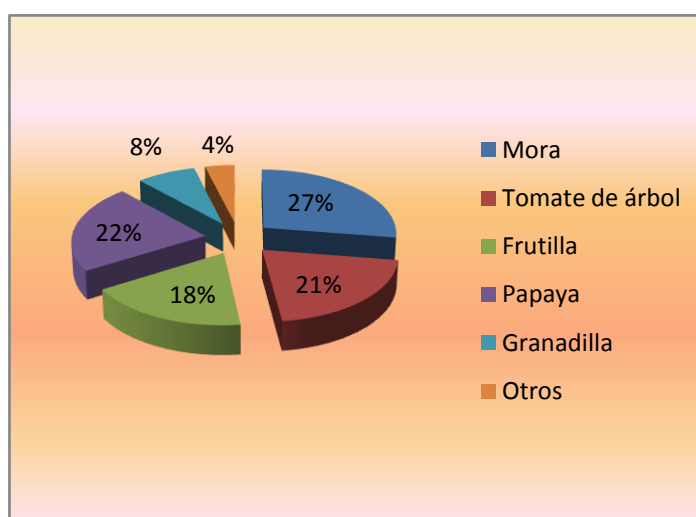
En la actualidad la agricultura se ha ido desprestigiando, porque no genera buenos ingresos y no posee el apoyo necesario por parte de organismos gubernamentales, esto ha generado el poco interés que las nuevas generaciones demuestran por esta actividad, sin embargo existe un porcentaje menor que tiene la confianza que las nuevas generaciones se interesaran por la actividad y buscaran nuevos mecanismo de mejoramiento agrícola.

17. ¿Considera usted que el clima de la Parroquia favorece el cultivo de frutas cómo?

Cuadro 33CLIMA DE LA PARROQUIA

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Mora	56	27
Tomate de árbol	42	21
Frutilla	37	18
Papaya	45	22
Granadilla	16	8
Otros	8	4
TOTAL	204	100

Gráfico 19CLIMA DE LA PARROQUIA



Fuente: Encuesta a los agricultores
Elaborado por: La autora

Año: 2013

ANÁLISIS:

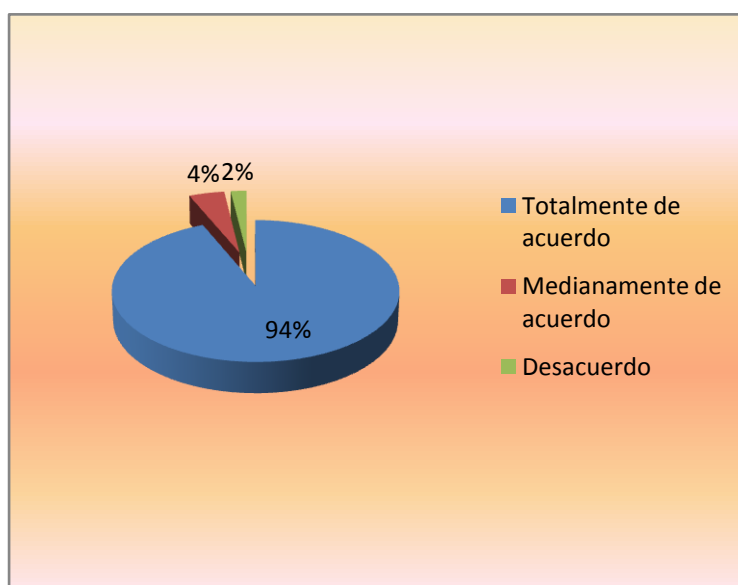
Uno de los factores más importante que la parroquia Salinas posee es el clima que es apto para cualquier cultivo, esto ha permitido que el producto sea de calidad lo que ha mejorado las expectativas para obtener mejores resultados en el mercado y mejorar el nivel de producción de los agricultores de la zona.

18. ¿Le gustaría incursionar en el cultivo de papaya con asistencia técnica del MAGAP?

Cuadro 34CULTIVO DE PAPAYA

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Totalmente de acuerdo	191	94
Medianamente de acuerdo	9	4
Desacuerdo	4	2
TOTAL	204	100

Gráfico 20CULTIVO DE PAPAYA



Fuente: Encuesta a los agricultores
Elaborado por: La autora
Año: 2013

ANÁLISIS:

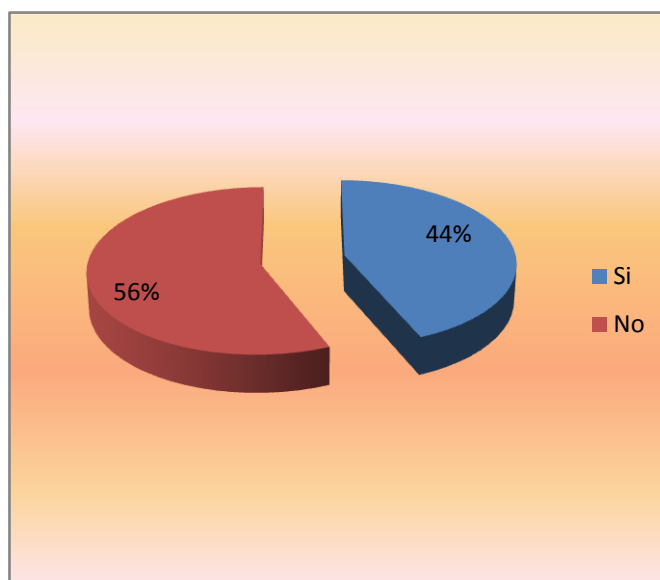
Los agricultores manifiestan que sería un apoyo importante el contar con la asistencia técnica del MAGAP, porque en la actividad agrícola requiere de muchos conocimientos sobre los procesos productivos que se deben aplicar en cada producto, esto permitirá que se mejore el rendimiento productivo de la zona.

19. ¿Usted tiene conocimiento que en la actualidad la papaya es una fruta considerada como un producto alternativo el cual tiene acogida en el mercado nacional e internacional?

Cuadro 35PRODUCTO ALTERNATIVO

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Si	89	44
No	115	56
TOTAL	204	100

Gráfico 21PRODUCTO ALTERNATIVO



Fuente: Encuesta a los agricultores
Elaborado por: La autora
Año: 2013

ANÁLISIS:

Los agricultores no poseen conocimientos sobre la importancia de este producto, lo que ha generado que se mantengan sembrando los mismos cultivos, son pocos quienes han buscado información sobre las nuevas alternativas de producto que tiene oportunidades tanto en el mercado nacional como extranjero.

1.8. Determinación de aliados, oponentes, oportunidades, riesgos

1.8.1. Aliados

- El sector de salinas es apto para la producción de papaya
- El cultivo de las frutas es uno de los productos considerados de mayor productividad.
- La cercanía de los mercados para comercializar los productos.
- Existe alta demanda de la producción del lugar.
- Existe fuentes de financiamiento

1.8.2. Oponentes

- Incremento del número de competidores en el mercado.
- Actualmente la rentabilidad de la agricultura es regular.
- Los precios de los productos están determinados por el mercado.
- El sector agrícola no se encuentra organizado en su totalidad.
- La asistencia técnica para la actividad es ocasional.

1.8.3. Oportunidades

- Nuevas tecnologías agrícolas para mejorar la productividad.
- Demanda local y regional del producto
- Alianzas estratégicas con cadenas de supermercados para comercialización de los productos.
- Existencia de medios alternativos para comercializar productos.

1.8.4. Riesgos

- Inclemencias climáticas pueden ocasionar pérdida de las cosecha.
- Aparecimiento y ataque de plagas.
- Incremento de los precios de los insumos agrícolas.
- Inestabilidad del mercado genera incertidumbre en el productor.

1.9. Identificación de la oportunidad de inversión

Efectuado el diagnóstico en la parroquia de Salinas lugar donde se implantará el proyecto, se puede mencionar, entre los problemas que más afecta al sector se encuentran: la falta de asistencia técnica, y el desconocimiento de la rentabilidad de la fruticultura, lo que a desestimulado la producción frutícola, desaprovechando la creciente demanda que existe para ciertas frutas como es el caso de la papaya , esto ha provocado que los potenciales fruticultores tengan actividades agrícolas de subsistencia e incluso pierden el interés por la actividad por falta de rentabilidad.

Bajo esta premisa se plantea la CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PAPAYA EN LA COMUNIDAD DE CUAMBO, PARROQUIA SALINAS CANTÓN IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”, generando nuevas opciones de cultivos para fortalecer la actividad agrícola del sector.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1. El cultivo de papaya

*Según el sitio web (<http://www.papaya.com.es/>) dice: “La papaya es el fruto de un árbol que se lo conoce como papayo. Su nombre científico de *Carica papaya* y pertenece a la familia de las *caricáceas*. Esta planta es originaria de Centroamérica pero también es muy popular en países de África y Asia”.*

La papaya es una planta tropical que tiene un solo tronco sin ramas y forma una copa o follaje redondeado. Puede alcanzar una altura de 1,8 metros a 2,5 metros. Las hojas son pocas, largas y con una forma similar a un péndulo, en color verde muy claro y con nervaduras. Las flores son pequeñas, tiene 5 pétalos en color blanco y la parte del medio o sea el estigma es de color amarillo. Los frutos o sea la papaya tiene forma ovalada y con una textura suave, carnoso y tienen un tamaño importante ya que alcanzan un peso de 500 gramos en promedio pero en algunos casos pueden llegar a pesar varios kilos un sola papaya.

La papaya en nuestro medio es muy conocida como una fruta de tipo costero o tropical con el fruto muy carnoso, rico y nutritivo pero que además tiene potencialidades medicinales importantes. Generalmente se la consume para mejorar las funciones del intestino, regula la presión arterial; se podría decir que todo lo que encierra la planta tiene cualidades curativas ya que las flores, las hojas, la pulpa o fruta y las semillas son las partes que tienen principios activos y por ende se la puede utilizar con fines medicinales. Y de forma más técnica y científica expresa que la

papaya tiene propiedades astringente, digestiva, antioxidante, cicatrizantes, laxante, analgésicas, antiséptico, diuréticas, vermífuga.

Actualmente Brasil es el principal productor y comercializador de papaya a nivel mundial, aunque cada día se incrementa el comercio de la fruta, con nuevos proveedores están apareciendo en el mercado.

Con el desarrollo de tecnologías los cultivos se han tecnificado y manejo de postcosecha convirtiendo a este producto en una nueva estrella en el mercado mundial de frutas tropicales.

En el Ecuador se produce Papaya en:

- Sto. Domingo: 316Ha
- Guayas: 231Ha
- Manabí: 179Ha
- Esmeraldas: 134Ha
- Morona Santiago: 81Ha
- Otras: 159

TOTAL: 1100Ha

En países como Cuba, Brasil, Taiwán y otros del África del Sur se ha desarrollado variedades e híbridos que han podido adaptarse a diferentes países de condiciones climáticas similares. En El Salvador en la década de los 60 se trabajó por varios años mediante el método de selección, lográndose tipos de plantas conocidas como Izalco 1 e Izalco 2 nombradas así por el área en que se localizaba la estación experimental

(Agricultura, 2002). En el Ecuador se le conoce dos tipos que son la criolla y hawaiana, aunque hay otras especies que no son muy comunes en nuestro medio como sunrise, sunset, waimanalo, Kapoho, maradol, y otras.

2.1.1. Características generales de la papaya

<http://www.inforural.com.mx/spip.php>. Manifiesta: Es una fruta blanda, muy jugosa y de consistencia mantecosa. Esta fruta ocupa el primer puesto mundial en lo que a exportación se refiere.

- **Forma:** Es una baya ovoide-oblonga, piriforme o casi cilíndrica, grande, carnosa, jugosa y ranurada longitudinalmente en su parte superior.
- **Tamaño y peso:** De 10-25 centímetros de largo y 7-15 o más de diámetro, su peso ronda los 500-1000 gramos, llegando algunos ejemplares a pesar más de 5 Kilogramos. En África, existen variedades enanas de unos 300-400 gramos de peso.
- **Color:** Presenta una piel fina y de color verde amarillento, amarillo o anaranjado cuando madura. Algunas variedades siguen siendo verdes cuando ya están maduras, aunque por lo general la piel amarilla con la maduración. La pulpa es roja anaranjada o rojiza, con un tono más o menos intenso. La papaya de pulpa roja es más sabrosa.
- **Sabor:** Su aroma recuerda al melón, y el dulzor de su pulpa, al de la pera, el melón o la fresa. Su interior está lleno de semillas negras o grises de sabor picante.

2.1.2. Variedades de la papaya

<http://www.frutas-hortalizas.com/Frutas/Tipos-variedades-Papaya.html>. Manifiesta las variedades de papaya, que se pueden englobar en diferentes tipos varietales como:

- **Cubano:** Los frutos de este tipo son globosos u oblongos, de 30-35cm de largo y 20-25cm de ancho. Pueden pesar hasta 3-4kg, con la pulpa gruesa, consistente, de color anaranjado intenso y de sabor dulce.
- **Paraguanero:** Estos frutos son alargados y cilíndricos, de 26cm de largo y 14 de ancho. El peso oscila entre 2,5 y 3,5kg. La pulpa es anaranjada.
- **Cartagena:** Los frutos son cilíndricos de unos 40cm de largo y 12-20cm de ancho. Pesan entre 3,5 y 5kg. La corteza es de color verde claro y la pulpa naranja pálido, de sabor dulce.
- **Rojo:** Este tipo forma frutos globosos, de 20-25cm de largo por 12-19cm de ancho. El peso oscila entre 1,2 y 2kg. La pulpa es roja y de sabor dulce, con pocas semillas.
- **Hawaiano:** Los frutos son esféricos y pequeños de 200 a 250g de peso. La pulpa es de color naranja pálido y no muy dulce.
- **Maradol:** Es una variedad hermafrodita, con dos selecciones de frutos con pulpa amarilla y roja, ambos de excelente calidad y resistencia al transporte. Los frutos son alargados, con un peso de 1500 g. en promedio.

2.1.3. Condiciones agroecológicas

(<http://www.proyectorural.org/pestano.htm>). Presenta las condiciones agroecológicas:

Suelo: Las principales características que debe reunir un suelo para este cultivo son las siguientes:

- Suelto y húmedo.
- Con buen drenaje.
- Alto contenido de materia orgánica.
- Un pH que fluctúe entre seis y siete.
- Suelos fértiles y profundos.

El suelo también puede ser mejorado, por lo cual no es de los factores más preocupantes cuando se planifica una plantación.

- **Altitud:** El papayo es una planta tropical, puede cultivarse desde el nivel del mar hasta los 1500 metros snm, pero los frutos de mejor calidad y los rendimientos más altos se obtienen en altitudes por debajo de los 800 metros.
- **Clima:** Los factores climáticos más importantes que influyen de manera decisiva en el desarrollo de este cultivo, así como las características principales que debe tener un suelo para que el cultivo produzca de manera exitosa.
- **Temperatura:** Es el factor climático limitante, que permite que este frutal se desarrolle o no. El rango de temperatura es entre 22° y 30°C, pero su óptima es entre 23° y 26°C, temperaturas bajas impiden su crecimiento y temperaturas altas, le provocan abscisión floral y bajas en la producción. Canículas y sequías especialmente en la floración ocasionan su caída y la planta llega a suspender su crecimiento.
- **Humedad:** El agua es el contribuyente principal de la planta; alrededor del 85% está compuesta por agua. La papaya, tanto en el proceso de germinación, vivero y primeros meses después de plantada, necesita para su crecimiento y desarrollo una gran

Cantidad de agua, por lo cual en esta fase se deben realizar riegos semanales. En la época seca y cuando la lluvia no es adecuada, se debe recurrir al riego para mantener las plantas con un buen desarrollo.

2.2. La fruticultura

(<http://es.wikipedia.org/wiki/Fruticultura>).Manifiesta:” La Fruticultura es la ciencia que estudia el cultivo de especies leñosas y semileñosas productoras de frutas, aplicando tecnologías basadas en principios biológicos y fisiológicos, para obtener un rédito económico de la actividad”.

Es una Rama de la Agricultura que permite producir comercialmente especies frutícolas cuyos frutos son consumidos en forma natural o industrializada.

2.2.1. Importancia de la fruticultura

(<http://buenastareas.com/importancia-fruticola>): Existen varios factores por los que la actividad frutícola es importante estos son:

- Las actividades frutícolas requieren elevadas inversiones de capital, que se incrementan con el aumento del uso de estructuras de conducción de las plantas.
- Las actividades frutícolas demandan una elevada inversión de capital por unidad de superficie.
- La producción frutícola utiliza mano de obra en forma intensiva. Debido a que muchas tareas inherentes a las actividades frutícolas están poco mecanizadas
- La fruticultura es proveedora de insumos para numerosas industrias. Además de la fruta fresca, las actividades frutícolas proporcionan por descarte o a través de cultivos especializados, materias primas para las industrias de jugos, de enlatados, de desecado, y de otros productos derivados de los frutos, como el vino y el aceite de oliva.
- Los montes frutales son productivos durante un número variable de años. Después de una inversión inicial elevada que abarca la plantación, el cuidado y el mantenimiento durante los años improductivos
- La fruta fresca, al ser un producto de oferta estacional, ve favorecida su comercialización en el Hemisferio opuesto en contraestación. Además, sus productos industriales como jugos, aceites, etc., tienen un mercado internacional fluido.

2.3. La microempresa

Dentro del concepto de empresa también se puede tomar en cuenta lo que es una microempresa:

Según (PROGENERO, 2007, pág. 14). Dice: “La microempresa es una actividad económica, que se encuentra estrechamente vinculada a la dinámica de cada hogar. Por tanto, aun cuando no todos los integrantes de una familia participen directamente en el trabajo o gestión de la microempresa; si influirán en las decisiones que en ésta se tomen”.

(GÓMEZ, 2012, pág.38). Afirma: “La microempresa es una organización económica donde se combinan los factores productivos para generar los bienes y servicios que una sociedad necesita para poder satisfacer sus necesidades, por lo que se convierte en el eje de la producción”.

De acuerdo a la definición anterior se puede decir que la microempresa es una unidad económica organizada con la finalidad de producir bienes y servicios mediante la utilización de recursos humanos, materiales, tecnológicos y económicos generando empleo y a la vez obteniendo un margen de utilidad.

La Micro, Pequeña y Mediana empresa es toda persona natural o jurídica que, como una unidad productiva, ejerce una actividad de producción, comercio y/o servicios, y que cumple con el número de trabajadores y valor bruto de las ventas anuales, señalados para cada categoría, de conformidad con los rangos que se establecerán en el reglamento al Código de la Producción (Art. 106). (Art. 106 del Reglamento Código de la Producción; 2010)

En el Ecuador y en todos los países los beneficios de las Pequeñas y Medianas Empresas son para una gran parte de la población que son personas emprendedoras y quieren salir adelante, y para ello es indispensable que cada organización identifique sus objetivos, el nicho del negocio, defina los mejores proveedores, reduzca costos y amplíe su nivel de ventas.

2.4. La Empresa

Según(ZAPATA, 2011, pág.23, pág. 5). Dice: “Es todo ente económico cuyo esfuerzo se orienta a ofrecer a los clientes bienes y/o servicios que, al ser vendidos, producirá una renta que beneficiara al empresario, al Estado y a la sociedad en general.”

Todas las empresas u organizaciones están orientadas a brindar a todas las personas un bien a cambio de recibir un beneficio o renta lo cual beneficiara tanto a los clientes o consumidores como al empresario al igual que al país.

2.4.1. Fines y objetivos de la empresa

En una empresa los objetivos constituyen una parte fundamental ya que son los que guían los esfuerzos de ella, los que determinan las metas a las cuales se desea llegar, una empresa sin objetivos es como un barco a la deriva el cual se le debe encontrar su rumbo. Además, son un elemento motivante ya que al proponerse un fin dentro de la empresa los integrantes de ella se empeñarían en alcanzarlo.

Para el establecimiento de objetivos en una empresa se deben tener en cuenta ciertas áreas organizacionales las cuales son:

- Su posición e imagen en el mercado.

- Innovaciones.
- Productividad.
- Recursos Físicos y Financieros.
- Rentabilidad.
- Posición y responsabilidad gerencial.
- Posición y actitudes del trabajador.
- Responsabilidad social.

Las tres últimas áreas no son realmente objetivos sino, una declaración de política de empresa. Pero se coloca ya que antes que nada es un organismo social y debe establecer como objetivos unas responsabilidades sociales ya que ella se fundamenta en la sociedad.

2.5. Estructura organizacional

(GALÁN, 2006, págs. 18-19). Afirma: “Es el conjunto de relaciones explícitas por la dirección, en consecuencia son relaciones conscientemente deliberadas. Es decir la estructura real de la organización resulta de la combinación de los aspectos formales e informales siendo posible, en la práctica, la separación de los mismos salvo con los propósitos analíticos”.

La estructura organizacional es una estructura intencional de roles, cada persona asume un papel que se espera que cumpla con el mayor rendimiento posible.

La estructura organizacional es la distribución de los empleos dentro de la organización. Donde se establece la especialización del trabajo, departamentización, cadena de mando, amplitud de control, centralización y descentralización y formalización.

2.5.1. Misión

(ORTEGA CASTRO, 2006, pág. 16). Dice: “La misión es más que una función empresarial, se debe considerar las fuerzas impulsadoras y las ventajas competitivas de la organización”.

La misión está enfocada en los objetivos estratégicos de una situación para alcanzar la finalidad propuesta, enfocada en el cumplimiento de sus funciones, identificando las necesidades de los clientes que es lo más importante.

Además La misión es un importante elemento de la planificación estratégica porque es a partir de ésta que se formulan objetivos detallados que son los que guiarán a la empresa u organización. Por tanto, resulta imprescindible que los empresarios, conozcan cuál es el concepto de misión.

2.5.2. Visión

(FRANCES, 2006, pág. 45). Afirma: “Las empresas u organizaciones necesitan un gran objetivo hacia el cual dirigir sus esfuerzos, para definirlo deben preguntarse como desea llegar hacer en cinco a diez años el resultado es lo que se denomina visión, también se puede concebir como el logro más global e importante de la empresa u organización en el mediano o largo plazo, y debe servir de norte a las acciones de sus miembros y mantenerlos motivados.”

La visión está encaminada a obtener una meta que desea obtener la empresa en el mercado satisfaciendo las necesidades de los consumidores cubriendo la demanda posicionándose en el mercado.

Los administradores están obligados a ver más allá del negocio actual y pensar estratégicamente en el impacto de las nuevas tecnologías, de las necesidades y expectativas cambiantes de los clientes, de la aparición de nuevas condiciones del mercado y competitivas. Deben hacer algunas consideraciones fundamentales acerca de hacia dónde quieren llevar a la compañía y desarrollar una visión de la clase de empresa en la cual creen

La visión es una exposición clara que indica hacia dónde se dirige la empresa a largo plazo y en qué se deberá convertir, tomando en cuenta el impacto de las nuevas tecnologías, de las necesidades y expectativas cambiantes de los clientes, de la aparición de nuevas condiciones del mercado.

2.6. Aspectos del mercado

2.6.1. Estudio de mercado

(ORTEGA CASTRO, 2006, pág. 90). Afirma: “El estudio de mercado es más que el análisis y la determinación de la oferta y demanda o de los precios del proyecto. Muchos costos de operación pueden preverse simulando la situación futura y especificando las políticas y los procedimientos que utilizara como estrategia comercial”.

El estudio de mercado es un proceso sistemático de recolección y análisis de datos e información acerca de los clientes competidores y el mercado. Sus usos incluyen ayudar a crear un plan de negocios, lanzar un nuevo producto o servicio, mejorar productos o servicios existentes y expandirse a nuevos mercados.

El estudio de mercado puede ser utilizado para determinar que porción de la población comprará un producto o servicio, basado en variables como el género, la edad, ubicación y nivel de ingresos.

2.6.2. Demanda

Según: (JEAN, 2009, pág. 182). Dice: “La demanda de un producto o servicio simplemente es la cantidad vendida en un lugar y un periodo “.

Según: (KOTLER, 2009, pág.217). Afirma: “La demanda del mercado para un producto es el volumen total que se adquirirá un grupo de clientes definido, en un área geográfica establecida, dentro de un periodo definido, en un ambiente de mercado específico”.

La demanda está determinada por factores como el precio del bien o servicio, la renta personal y las preferencias individuales del consumidor.

Además la demanda es la base principal para conocer la situación el producto nuevo a ser lanzado al mercado .Hay una serie de factores determinantes de las cantidades que los consumidores desean adquirir de cada bien por unidad de tiempo, tales como las preferencias, la renta o ingresos en ese período, los precios de los demás bienes y, sobre todo, el precio del propio bien en cuestión. Si consideramos constantes todos los valores salvo el precio del bien, podemos hablar, de la tabla de demanda del bien por un consumidor determinado cuando consideramos la relación que existe entre la cantidad demandada y el precio de ese bien.

2.6.3. Oferta

Según (MURCIA, 2009, pág. 45). Menciona: “La oferta hace referencia a la cantidad de unidades de un producto que la empresa manufactureras o prestadoras de servicio estarían dispuestas a intercambiar a un precio determinado; para una demanda dada habrá una oferta determinada. Entonces para

realizar ofertas de valor, es importante entender los mercados y sus necesidades.”

(NÚÑEZ, 2007, pág.50). Manifiesta: “La oferta es la cantidad de productos o servicios que un cierto número de empresas o productores están dispuestos a llevar al mercado por un precio determinado”.

Está determinada por factores como el precio del capital, la mano de obra y la mezcla óptima de los recursos mencionados, entre otros.

La ley de la oferta establece que, ante un aumento en el precio de un bien, la oferta que exista de ese bien va a ser mayor; es decir, los productores de bienes y servicios tendrán un incentivo mayor para ofrecer sus productos en el mercado durante un periodo, puesto que obtendrán mayores ganancias al hacerlo.

El sistema de economía de mercado, para desarrollar sus funciones, descansa en el libre juego de la oferta y la demanda.

2.6.4. Producto

(LAMBA, 2006, pág. 280). Dice: “Al producto se lo define como aquello, sea favorable y desfavorable que una persona recibe en un intercambio, un producto puede ser un bien tangible, sin embargo los servicios y las ideas también son productos o una combinación de las tres”.

(PALAO, 2009, pág.68). Afirma: “El producto es todo aquello que la empresa o que la organización elabora o fabrica para ofrecer al mercado y satisfacer determinadas necesidades de los consumidores”.

El producto es el resultado material o inmaterial de un proceso creativo. El creador del producto puede ser la naturaleza, como la tierra de donde surgen los productos agrícolas o el hombre, que fabrica por ejemplo, utensilios. Algunos autores, sobre todo en materia religiosa, distinguen entre crear, que es algo que se realiza de la nada, como la creación del mundo, y producir, donde se utilizan materias primas ya existentes y creadas.

2.6.5. Mercado

Según (CORDOVA, 2006, pág. 147). Dice: “Es el punto de encuentro de oferentes con demandantes de un bien o servicio, para llegar a acuerdos en relación con la calidad, la cantidad y precio”.

(KOTLER P. , 2009, pág.312). Manifiesta: “Es el conjunto de todos los compradores reales que desean obtener un bien o servicio para satisfacer sus necesidades”.

Un mercado es una institución social en la que los bienes y servicios, así como los factores productivos, se intercambian libremente. Es el punto donde se ofrece el producto y se conoce la competencia que sigue la misma finalidad

En el intercambio se utiliza dinero, y existen dos tipos de agentes, los compradores y los vendedores. En los mercados de productos es típico distinguir entre consumidores y productores. En los mercados de factores existen quienes desean adquirir factores y quienes desean vender o alquilar los recursos de la producción que poseen.

2.6.6. Precio

(CORDOVA, 2006, pág. 173). Expresa: “La manifestación en valor de cambio de un bien expresado en términos monetarios, o como la cantidad de dinero, que es necesario entregar para adquirir un bien”.

(FERNANDEZ, 2007, pág.30). Expresa: “Es el conjunto de personas hacia quienes van dirigidos todos los esfuerzos de mercadotecnia, es decir, el que cumple con todas las características del segmento de mercado”.

En algunos casos el precio lo determina un organismo gubernamental, en otros casos el mismo es fijado por el mercado como producto del libre juego de la oferta y la demanda, en otros casos si bien es fijado por el mercado, la competencia monopólica permite cierto grado de variación”

Así pues en función del tipo de mercado del cual participe la empresa, y de la capacidad de esta para hacer frente a sus proveedores, clientes y competidores, directos e indirectos, será la capacidad que la misma tenga de fijar un determinado precio.

2.6.7. Promoción

Según (MURCIA, 2009, pág. 110). Manifiesta: “Se lo conoce con el nombre de Comunicación integrada de marketing CIM ya no solo es la publicidad masiva en radio, prensa la que supone comunicación con los mercados sino otros elementos que día toman mayor importancia y muestran tendencias más claras de consolidación.”

(MUNCH, 2010, pág.230).Menciona:” La promoción incluye una serie de técnicas que se utilizan para estimular las

preferencias de los consumidores, con el propósito de inducir las ventas, por ejemplo la entrega de muestras, degustaciones y regalos entre otros.

La promoción como uno de los instrumentos fundamentales del marketing con el que la empresa pretende transmitir las cualidades de su producto a sus clientes, para que éstos se vean impulsados a adquirirlo; por tanto, consiste en un mecanismo de transmisión de información.

En la empresa a implementarse se utilizará la promoción como parte del marketing institucional con la finalidad de dar conocer el producto.

2.6.8. Publicidad

(MURCIA, 2009). Definen: “una forma de comunicación pagada y que no es personal sino masiva, que se realiza en un producto o servicio, entendiéndose que este producto también puede ser una idea, iniciativa, sitio o experiencia”.

En la actualidad la mayoría de empresas, utilizan la publicidad como una estrategia rápida y confiable para llegar al cliente, en donde permite que el cliente conozca los beneficios, calidad, ya que esta estrategia llega a las partes indicadas donde el producto o servicio debe llegar para poder ser vendido.

2.6.9. Comercialización

(LAMBA, 2006, pág. 342). Afirma: “Es la decisión de llevar un producto al mercado, ya que esto incide varias tareas como el embarque del producto a los puntos de distribución capacitación de los vendedores y anuncios de nuevos productos a los negocios y a los consumidores potenciales”.

A través de la comercialización se quiere llegar a distintas partes donde el producto puede llegar para ser consumido o vendido generando una mejor utilidad además capacitar a los vendedores del producto y pueda ser acogido de una mejor manera por los consumidores. Ya que a través de una buena comercialización ayudara a que el producto o servicio sea distribuido de una excelente manera

2.7. Aspectos técnicos administrativos

En los aspectos técnicos administrativos buscamos la solución de las preguntas para la realización del proyecto

2.7.1. Localización óptima del proyecto

Según (CORDOVA, 2006, pág. 222). Expresa: “Es el análisis de las variables que determinan el lugar donde el proyecto logra la máxima utilidad o el mínimo costo. En general, las decisiones de localización podrían catalogarse de infrecuentes”.

La localización del proyecto es muy importante ya que de esta depende que el proyecto de mejores resultados y obteniendo máxima utilidad y reduciendo el costo.

2.7.2. Microlocalizacion del proyecto

Según: (ORTEGA CASTRO, 2006, pág. 129). Manifiesta: “La micro localización es definir la zona poblacional de localización que determina el terreno conveniente para la localización definitiva del proyecto esta deberá formularse cuando ya se ha avanzado el estudio y la ingeniería del proyecto”.

Según (FLORES, 2007, pág.36). Afirma: “Es el proceso de elegir la zona y dentro de esta el sitio preciso en donde se debe estudiar varias alternativas posibles, que una vez evaluadas, permitan la escogencia de aquella que integralmente incluya la gran mayoría de factores, considerados como los más relevantes e importantes”.

Debemos definir el terreno en el cual vamos a realizar el proyecto realizando un estudio del mismo para ver si es factible hacer la producción también tomando en cuenta las vías de acceso , y disponibilidad de servicios básicos los cuales nos facilite la implantación del proyecto

2.7.3. Macrolocalización del proyecto

(ORTEGA CASTRO, 2006, pág. 127). Dice: “La macro localización a la selección del área donde se ubicara el proyecto se le conoce como proyecto de estudio de macro localización.”

Para que el proyecto sea factible debemos de tomar en cuenta el área adecuada donde se ubicara, para que este sea factible o no ya que de este depende que el proyecto se dé con éxito o fracaso, además este proyecto debe estar cerca de un mercado meta para que sea vendido.

2.8. Fundamentos contables

2.8.1. Contabilidad general

Para: (ZAPATA, 2011, pág.23, pág. 7). Menciona: “La Contabilidad es la técnica fundamental de toda actividad económica que opera por medio de un sistema dinámico de control e información que se sustenta tanto en un marco teórico, como en normas internacionales”.

Para (BRAVO, 2009, pág.3). Afirma: “Es la ciencia el arte y la técnica que permite el análisis, clasificación, registro, control e interpretación de las transacciones que se realizan en una empresa con el objeto de conocer su situación económica y financiera al término de un ejercicio económico o periodo contable”.

La contabilidad es una herramienta clave con la que contamos hoy en día para poder tomar decisiones, proporcionando hechos económicos financieros y sociales suscitados en una empresa o negocio, siendo esta una ciencia o técnica que enseña a registrar y clasificar todas las transacciones del negocio.

Se puede concluir que la contabilidad general es un sistema de información sistemático y que ayuda a la toma de decisión que organiza, registra y analiza todos los movimientos de la organización. Presentando la información, previamente registrada, de manera sistemática y útil para las distintas partes interesadas.

2.8.2. Importancia de la contabilidad general

(ZAPATA, 2011, pág.23). Dice: La contabilidad es importante porque se encarga del reconocimiento de los hechos que afectan el patrimonio; de la valoración justa y actual de los activos y obligaciones de la empresa y de la presentación relevante de la situación económico- financiera”.

La contabilidad es importante porque facilita y mantiene en forma ordenada el registro de cada operación realizada durante un cierto periodo, reconociendo los hechos que están afectando a la empresa y además facilitando como está la situación económica de la empresa.

2.8.3. Proceso Contable

(LOPEZ, 2006, pág. 4). Dice: “Es el conjunto de fases a través de las cuales el contador obtiene y comprueba información financiera. Surge en la contabilidad como consecuencia de reconocer una serie de funciones o actividades encaminadas a obtener información financiera”.

El proceso contable es el ciclo mediante el cual las transacciones de una empresa son registradas y resumidas para la obtención de los Estados Financieros.

El ciclo contable son los pasos que se deben de seguir en un orden cronológico en un momento específico en que la empresa en marcha, y que nos permite saber todo lo que la empresa realiza en sus actividades económicas.

2.8.4. Contabilidad de costos

(ZAPATA SANCHEZ, 2007, pág. 19). Define “Contabilidad de costos es la técnica especializada de la contabilidad que utiliza métodos y procedimientos apropiados para registrar, resumir e interpretar las operaciones relacionadas con los costos que se requieren para elaborar un artículo, prestar un servicio, o los procesos y actividades que fueran inherentes a su producción”.

Según el concepto anterior se determina como Contabilidad de Costos al sistema de información empleado para determinar, registrar, acumular, controlar, analizar, direccionar, interpretar e informar todo lo relacionado con los costos de producción, distribución y financiamiento. La contabilidad de costos en empresas de producción se enfoca principalmente en la evaluación de inventarios de productos en procesos

y de producción terminados. Para ello es necesario determinar los elementos del costo de producción incurridos en el proceso productivo.

2.8.5. Propósito de la contabilidad

Según (ZAPATA SANCHEZ, 2007, pág. 19). Manifiesta: El propósito de la contabilidad es determinar, el costo de los inventarios de productos en proceso, terminados y materiales e insumos, tanto unitarios como globales, con miras en su presentación en el balance general”.

De acuerdo al concepto citado se puede establecer que el propósito de la contabilidad de costos nos proporciona toda la información necesaria para realizar, efectuar y determinar los costos de la empresa en la producción de las mercancías, o en producción de servicio, cabe señalar que es fundamental que el contador sea una persona conocedora de las normas de contabilidad como las NIIF, bases legales y normativas empresariales.

2.9. Técnicas de Evaluación Financiera

2.9.1. Valor actual neto (VAN)

Según: (FERNANDEZ S. , 2007, pág. 130). Afirma: “El valor actual neto (VAN) es uno de los métodos financieros que sí toma en cuenta los flujos de efectivo en función del tiempo. Consiste en encontrar la diferencia entre el valor actualizado de los flujos de beneficio y el valor actualizado de las inversiones y otros egresos de efectivo”.

Según (SAPAG, 2007, pág.256). Manifiesta: “El VAN plantea que el proyecto debe aceptarse si su valor anual es igual o

superior a cero, donde el VAN es la diferencia entre todos sus ingresos expresados en moneda actual”.

Matemáticamente se determina por la siguiente fórmula:

$$\text{VAN} = \text{Inversión} + \sum \text{FC} / (1 + i)^n$$

El valor actual neto de una inversión es la diferencia entre su valor de mercado y su costo. La regla del VAN afirma que se debe emprender un proyecto si su VAN es positivo.

Cuando se utiliza el valor presente neto para decisiones de aceptación y rechazo, los criterios son los siguientes:

- Si el valor presente neto es mayor que 0, se acepta el proyecto.
- Si el valor presente neto es menor que 0, se rechaza el proyecto.

Si el valor presente neto es mayor que cero, la empresa ganará un rendimiento mayor y su costo de capital. Tal acción debe mejorar el valor de mercado de la empresa y, por lo tanto, La riqueza de sus propietarios.

2.9.2. Tasa interna de Retorno (TIR)

Según: (SCOTT, 2009, pág. 356). Manifiesta: “Se define como la tasa de descuento que hace el valor presente de los flujos de efectivo esperados de un proyecto sea igual que el monto inicial invertido .En tanto que la TIR del proyecto que en su rendimiento esperado, sea mayor que la tasa de rendimiento requerida por la empresa para dicha inversión, el proyecto es aceptable”.

Según (FONTAINE, 2008, pág.100). Manifiesta: “Es aquella tasa de interés que hace igual a cero el valor actual de un flujo

de beneficios netos hace que el beneficio al año cero sea exactamente igual a cero”.

Es la rentabilidad que devuelve la inversión durante su vida útil, tomando en cuenta los flujos proyectados o el momento en que el VAN = 0. La tasa interna de retorno es aquella tasa de descuento que hace que el VAN estimado de una inversión sea igual a cero. La regla de la TIR afirma que se debe emprender un proyecto cuando su TIR es superior al rendimiento requerido.

Existen tres clases de TIR:

- a** Económicamente cuando la inversión tiene solo aporte propio
- b** Financiera cuando la inversión es con financiamiento
- c** Real solo analiza los FC positivos

El cálculo del TIR tiene dos formas:

- a** Interpolación
- b** Fórmula

La fórmula para el cálculo del TIR es la siguiente:

$$\text{TIR} = \text{Ti} + \frac{\text{Ti (VAN(+))} - \text{VAN(-)}}{\text{Ts} - \text{Ti}}$$

En dónde;

Ti= Tasa inferior de redescuento

Ts= Tasa superior de redescuento

VAN= Valor positivo

VAN= Valor negativo

Los dos métodos se basan en la obtención de dos VAN un positivo y un negativo utilizando tasas de descuento arbitrarias que cumplan estos propósitos.

Cuando se utiliza la tasa interna de retorno para tomar decisiones de aceptación y rechazo, los criterios de decisión son los siguientes:

- Si la TIR es mayor que el costo del capital, se acepta el proyecto.
- Si la TIR es menor que el costo de capital, se rechaza el proyecto.

Estos criterios garantizan que la empresa ganará al menos el rendimiento requerido tal resultado debe mejorar el valor del mercado de la empresa y por lo tanto la riqueza de sus propietarios

2.9.3. Tasa de Rendimiento Beneficio-Costo (TRBC)

Este análisis es muy importante para proyectos de inversión en mercados financieros, porque establece tres niveles de decisión:

- a.) **TRBC>1**, indica un adecuado nivel de retorno de los ingresos frente a la inversión inicial.
- b.) **TRBC=1**, existe una indiferencia que necesita analizar otras opciones
- c.) **TRBC<1**, no tiene un retorno atractivo por lo tanto se debe realizar un nuevo análisis de oportunidad para buscar una inversión rentable.

La fórmula es la siguiente:

$$TRBC = \frac{\sum FC/(1+i)^n}{Inversión}$$

2.9.4. Costo Beneficio

Según (MURCIA, 2009, pág. 318). Manifiesta: “La relación costo beneficio es el indicador que consiste en la separación de los ingresos de los egresos del proyecto y la relación existente entre ellos”.

El escritor (SAPAG, 2007, pág.256). Manifiesta: “Compara el valor actual de los beneficios proyectados con el valor actual de los costos, incluida la inversión”.

El costo-beneficio, también llamado índice de rentabilidad se lo define como el valor presente de los flujos futuros de efectivo dividido por la inversión inicial. La regla del TIR afirma que se debe emprender una inversión si su TIR es superior a 1.

El beneficio Costo sirve para juzgar como retornan los ingresos en función de los egresos para lo cual sirve de insumos los ingresos y egresos proyectados en los flujos de caja. Se puede decir que el costo beneficio es un instrumento que se puede retornar en cuanto a los ingresos y egresos.

Si B/C es Mayor que 1, tenemos un adecuado retorno

Si B/C es menor que 1, no hay un adecuado retorno, por lo tanto no atractiva la inversión.

Si B/C es igual a 1, significa indiferencia tampoco es aceptable por que equivale a no haber hecho nada.

$$B/C = \frac{\sum \text{ingresos} / (1+i)^n}{\sum \text{egresos} / (1+i)^n}$$

2.9.5. Capital de trabajo

(SCOTT, 2009, pág. 48). Manifiesta: “El término capital de trabajo por lo general se refiere al activo circulante de una empresa, porque la inversión en estos activos es necesaria para mantener funcionando sus operaciones”.

El capital de trabajo es, en términos contables, la diferencia aritmética entre el activo circulante y el pasivo circulante. Sin embargo, en términos prácticos, el capital está representado por el capital adicional pero de distinto de la inversión en activos fijos y diferidos que es necesario tener para que comience a funcionar la empresa.

El capital de trabajo permite financiar la producción antes de que la empresa comience a recibir ingresos por lo que con el se obtiene la materia prima, mano de obra, se otorga crédito a las primeras ventas del producto o servicio, se tiene una cierta cantidad de dinero para sufragar los gastos diarios de la empresa.

2.9.6. Flujo de caja

(SCOTT, 2009, pág. 48) . Dice: “El flujo de caja es un estado financiero de una empresa que resume sus orígenes y operaciones de efectivo durante un período específico, representa el comportamiento del efectivo en la fase operativa prevista para el proyecto, tomar muy en cuenta que son datos basados en pronósticos o aproximaciones que en ningún momento constituyen certezas o afirmaciones seguras de los posibles ingresos y egresos del dinero”.

Para (GALINDO, 2008, pág.45). Afirma: “El flujo de efectivo es un estado financiero donde se refleja los movimientos de efectivo en un periodo determinado.”

El flujo de caja ayuda para definir la actividad de operación de la empresa, que se basan en datos y aproximaciones que se viene dando en la empresa, para así detectar las falencias y potenciales de la misma; esto permitirá tomar decisiones en beneficio de la institución.

Hay que recordar que esta operación es en un período determinado mediante el cual se realiza los cálculos.

2.9.7. Periodo de recuperación de la inversión

Para (CORDOVA, 2006, pág. 362). Menciona: “Es como el número esperado de períodos que se requieren para que se recupere una inversión original”.

Según (SAPAG C. , 2007, pág.329). Manifiestan: “Ayuda a determinar el número de períodos necesarios para recuperar la inversión inicial, resultado que se compara con el número de períodos aceptables por la empresa”.

Cuando se utiliza el periodo de recuperación para tomar decisiones de aceptación o rechazo, los criterios de decisión son los siguientes:

- Si el periodo de recuperación es menor que el periodo de recuperación máximo aceptable, se acepta el proyecto.
- Si el periodo de recuperación es mayor que el periodo de recuperación máximo aceptable, se rechaza el proyecto.

2.9.8. Sensibilidad del proyecto

Para (DÍAZ Martín, 2008, pág. 148). Menciona “Es el método utilizado para conocer la incidencia de un determinado parámetro sobre los objetivos del proyecto; se dan diferentes

valores a este parámetro y se calculan los indicadores que se crea conveniente”.

La sensibilidad del proyecto muestra cómo influyen los cambios de algunos de los parámetros del proyecto, como por ejemplo si disminuyen las ventas qué pasaría o el aumento de los costos que consecuencias tendría en el proyecto, esto ayudaría a formular planes para evitar el fracaso.

CAPÍTULO III

3. ESTUDIO DE MERCADO

3.1. Presentación

El estudio de mercado es una herramienta que permite y facilita la obtención de datos, resultados que de una u otra forma serán analizados, procesados mediante herramientas estadísticas y así obtener como resultados la aceptación o no y sus complicaciones de un producto o servicio dentro del mercado. Un estudio de mercado consta básicamente de la determinación y cuantificación de la oferta y la demanda, el análisis de los precios y el estudio de la comercialización.

El estudio de mercado constituye un factor fundamental en la elaboración de un proyecto, pues de los resultados que de este se obtengan, se podrá determinar el éxito o a su vez el riesgo que se correrá con la comercialización de un nuevo producto/servicio, o la intervención de un nuevo competidor en el mercado. De allí la importancia de realizar un buen trabajo, ya que con esto se logrará garantizar la elaboración eficiente de los demás estudios: técnico, financiero y de la evaluación del proyecto. Además es importante considerar que el éxito de la elaboración de un proyecto, no se mide por el grado de rentabilidad de la propuesta, sino por el grado de confiabilidad de las conclusiones que se obtengan como consecuencia del estudio realizado, las mismas que pueden ser positivas o negativas.

Adicionalmente, permite identificar si las características y especificaciones del servicio o producto corresponden a las exigencias del cliente, arrojará igualmente qué tipo de clientes son los interesados en el producto, lo cual servirá para orientar la producción del negocio. Así como

también, un estudio de mercado entrega la información acerca del precio apropiado para colocar nuestro producto y competir en el mercado, o bien imponer un nuevo precio por alguna razón justificada.

3.2. Objetivos del estudio de mercado

3.2.1. Objetivo general

Realizar un estudio de mercado para determinar la demanda potencial a satisfacer de papaya en la ciudad de Ibarra.

3.2.2. Objetivos específicos

- Identificar la demanda potencial de papaya en la ciudad de Ibarra
- Conocer la oferta del producto en el área de influencia del proyecto
- Establecer el precio para la comercialización de la fruta.
- Diseñar estrategias comerciales para introducir y posicionar la papaya en el mercado.

3.3. Variables

- Demanda
- Oferta
- Precio
- Estrategias comerciales

3.4. Indicadores

Demanda

- Comercialización de la papaya
- Calidad del producto
- Factor de compra

- Satisfacción de la demanda
- Frecuencia de compra
- Cantidad de compra
- Tipo de proveedor
- Proveedor permanente
- Incremento de proveedores
- Medio de comunicación

Oferta

- Tiempo en la actividad
- Rentabilidad del negocio
- Comercialización de frutas
- Presentación de producto
- Peso de comercialización
- Frecuencia de comercialización
- Origen del producto
- Satisfacción de la demanda

Precio

- Precio de compra
- Aspectos para el precio
- Determinación del precio

Estrategias Comerciales

- Producto
- Precio
- Publicidad
- Plaza

3.5. Matriz de relación estudio de mercado

Cuadro 36 MATRIZ DE RELACIÓN DEL ESTUDIO MERCADO

Objetivos específicos	Variables	Indicadores	Fuente	Técnica	Informante
Identificar la demanda potencial de papaya en la ciudad de Ibarra	Demanda	<ul style="list-style-type: none"> • Comercialización de la papaya • Calidad del producto • Factor de compra • Satisfacción de la demanda • Frecuencia de compra • Cantidad de compra • Tipo de proveedor • Proveedor permanente • Incremento de proveedores • Medio de comunicación 	Primaria	Encuesta	Comerciantes de frutas
Conocer la oferta del producto en el área de influencia del proyecto	Oferta	<ul style="list-style-type: none"> • Tiempo en la actividad • Rentabilidad del negocio • Comercialización de frutas • Presentación de producto • Peso de comercialización • Frecuencia de comercialización • Origen del producto • Satisfacción de la demanda 	Primaria	Encuesta	Proveedores de frutas
Establecer el precio para la comercialización de la fruta.	Precio	<ul style="list-style-type: none"> • Precio de compra • Aspectos para el precio • Determinación del precio 	Primaria	Encuesta	Comerciantes de frutas Proveedores de frutas
Diseñar estrategias comerciales para introducir y posicionar la papaya en el mercado.	Estrategias comerciales	<ul style="list-style-type: none"> • Producto • Precio • Publicidad • Plaza 	Primaria	Bibliográfica Opinión de expertos	Libros especializados Ing. Marketing.

Elaborado por: La autora de la investigación
Año: 2013

3.6. Mecánica operativa del estudio de mercado

Para el desarrollo del estudio de mercado se siguió el siguiente procedimiento.

3.6.1. Identificación de la población

Para el estudio de mercado se tomó en cuenta a dos poblaciones:

La primera población corresponde a los demandantes de la fruta, que para el caso en estudio, son los fruteros o comerciantes minoristas de los mercados de la ciudad de Ibarra, mercado Amazonas, La Playa, Santo Domingo y Mercado mayorista, quienes son los que comercializan frutas para el consumo a la población en general. Siendo 154 comerciantes, según datos proporcionados por la administración de los mercados, y por observación directa.

La segunda población objeto de estudio son los ofertantes de la fruta, que están representados por los proveedores mayoristas de los mercados de la ciudad de ciudad de Ibarra, existiendo 17 proveedores dato extraído de los registros de la administración del mercado mayorista.

3.6.2. Muestra

Para la población de comerciantes minoristas de frutas se decidió sacar una muestra, por ser una población grande, para tal fin se aplicó la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2 d^2 N}{|e|^2 (N - 1) + Z^2 d^2}$$

Simbología:

N = Tamaño de la población

n = Tamaño de la muestra

e = Error máximo admisible del tamaño de la muestra (0,05)

σ = Varianza 0,25

Z = Nivel de Confianza

Datos:

N = 154

$d^2 = 0,25$

Z = 95% 1,96

$$n = \frac{(1,96)^2 (0,25) (54)}{(0,05)^2 (54 - 1) + (1,96)^2 (0,25)}$$

e = 5%

n= 110

Aplicando la fórmula, da como muestra a 110 comerciantes a los que se debe levantar la información.

3.6.3. Técnicas de investigación

Las técnicas a utilizar son:

Información primaria:

- **Encuesta:** se la realizó a los comerciantes minoristas de frutas y a los proveedores de frutas de la Ciudad de Ibarra.
- **Observación directa:** consistió en visitar personalmente los lugares en estudio.

Información secundaria: se la obtuvo de libros, revistas especializadas, documentos de los mercados, folletos, INEC e internet.

3.7. Tabulación y análisis de la información

Previo a la aplicación final de la encuesta se realizó la encuesta piloto, que permitió reestructurar el formulario de preguntas.

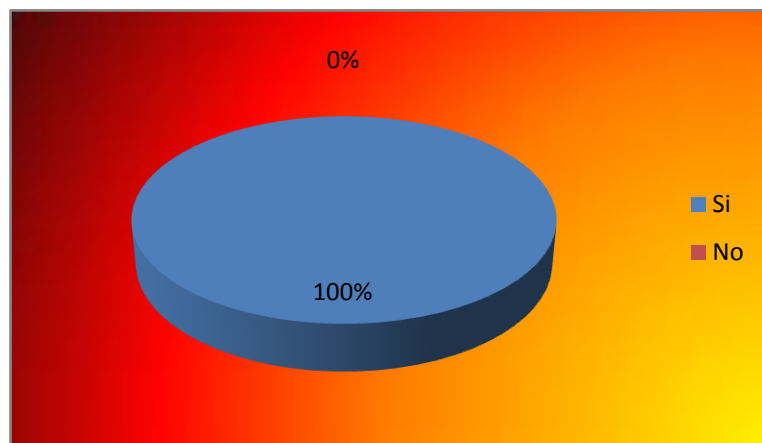
3.7.1. Encuesta efectuada a los comerciantes minoristas de frutas de la ciudad de Ibarra.

1. ¿Comercializa papaya en su puesto de venta?

Cuadro 37COMERCIALIZACIÓN DE PAPAYA

VA	ALTERNATI	FRECUE	%
	NCIA		
	Si	110	100
	No	0	0
TOTAL		110	100%

Gráfico 22COMERCIALIZACIÓN DE PAPAYA



Fuente: Comerciantes de frutas de la ciudad de Ibarra
Elaborado por: La autora
Año: 2013

ANÁLISIS:

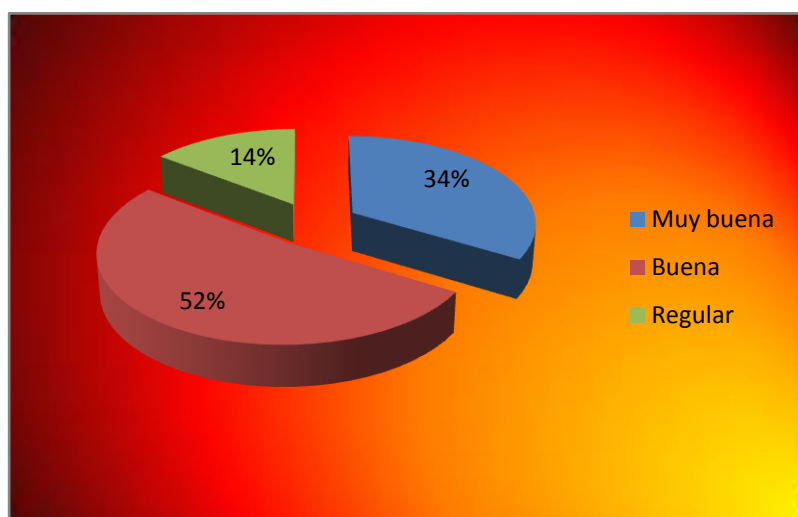
Todos los puestos de venta de frutas, en su totalidad afirmaron que si comercializan papaya, estableciendo que esta fruta es muy indispensable y consumida por todas las personas.

2. ¿Cómo considera la calidad de la papaya que se oferta en el mercado?

Cuadro 38CALIDAD DEL PRODUCTO

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Muy buena	37	34
Buena	57	52
Regular	16	14
TOTAL	110	100

Gráfico 23CALIDAD DEL PRODUCTO



Fuente: Comerciantes de frutas de la ciudad de Ibarra
Elaborado por: La autora
Año: 2013

ANÁLISIS:

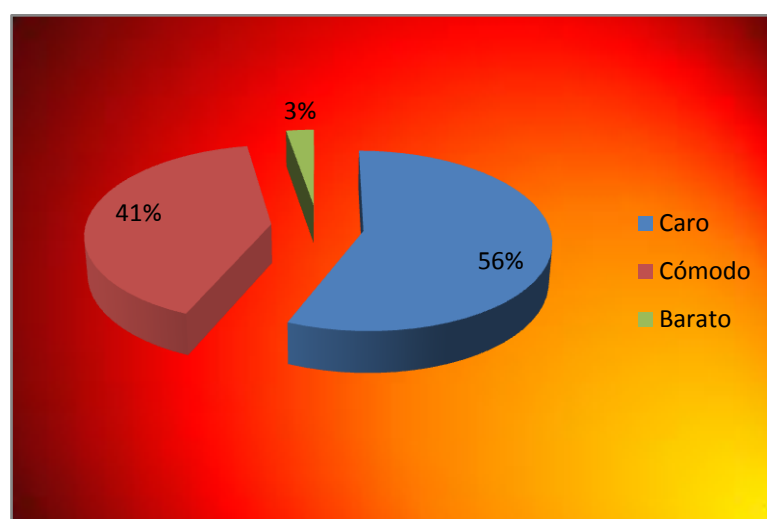
Las personas que comercializan esta fruta, señalan en su mayoría que la calidad de esta fruta es buena, ya que cumplen con las expectativas que el comerciante requiere como son que se encuentren en buen estado, que sean dulces; entre otras características.

3. ¿El precio de compra de la papaya lo considera?

Cuadro 39PRECIO DE COMPRA

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Caro	62	56
Cómodo	45	41
Barato	3	3
TOTAL	110	100

Gráfico 24PRECIO DE COMPRA



Fuente: Comerciantes de frutas de la ciudad de Ibarra
Elaborado por: La autora
Año: 2013

ANÁLISIS:

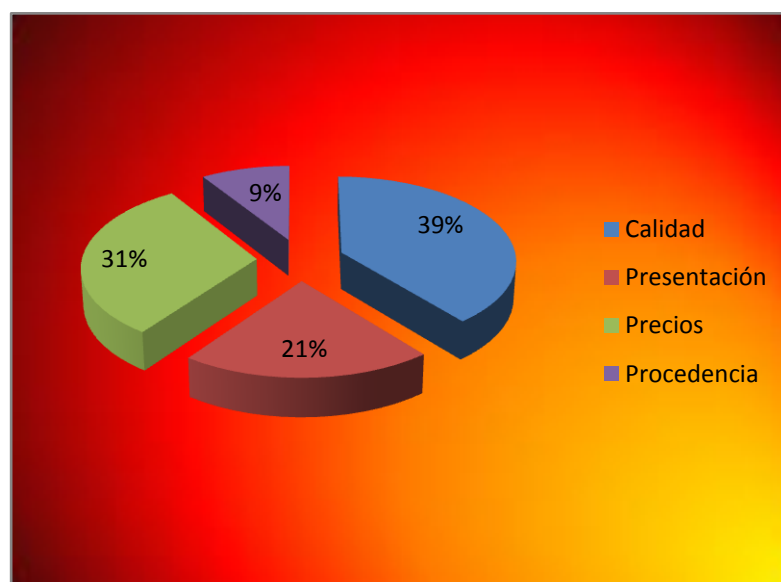
Se puede determinar que un alto porcentaje considera que los precios a los que se expende esta fruta son muy caros, ya que su producción solamente se lo hace una vez al año, y por ende esta fruta solo se da en climas cálidos.

4. ¿Cuál es el factor más importante al adquirir la fruta?

Cuadro 40FACTOR DE COMPRA

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Calidad	43	39
Presentación	23	21
Precios	34	31
Procedencia	10	9
TOTAL	110	100

Gráfico 25FACTOR DE COMPRA



Fuente: Comerciantes de frutas de la ciudad de Ibarra
Elaborado por: La autora
Año: 2013

ANÁLISIS:

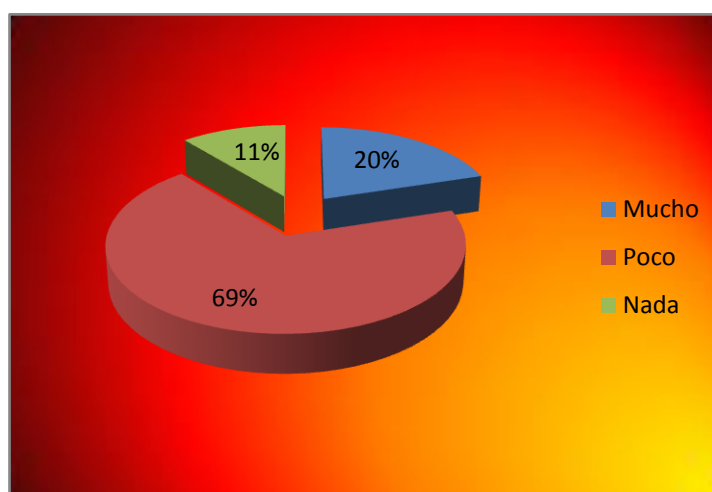
El factor más importante que se toma en cuenta para adquirir esta fruta es su calidad, así como también por su sabor, ya que en el mercado existe una gran variedad de esta fruta, pero no todas poseen la misma calidad.

5. ¿Usted, cubre en la actualidad la necesidad de consumo de la fruta por parte de sus clientes?

Cuadro 41 SATISFACCIÓN DE LA DEMANDA

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Mucho	22	21
Poco	75	68
Nada	12	11
TOTAL	109	100

Gráfico 26 SATISFACCIÓN DE LA DEMANDA



Fuente: Comerciantes de frutas de la ciudad de Ibarra
Elaborado por: La autora
Año: 2013

ANÁLISIS:

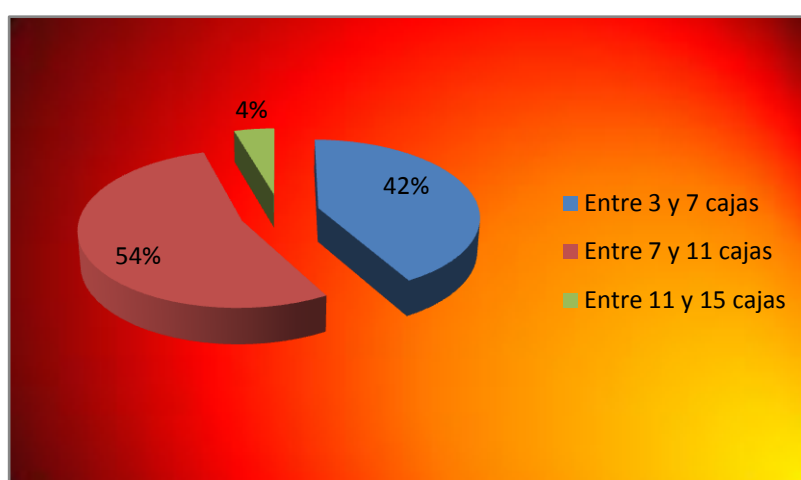
Los comerciantes que adquieren esta fruta cubren poco con las necesidades de los consumidores, lo que quiere decir que esta fruta es muy apetecible y por ende existe un mercado muy amplio para su comercialización.

6. ¿Qué cantidad de cajas de papaya de 10 kilos cada una, adquiriría semanalmente para comercializar y satisfacer las necesidades del mercado?

Cuadro 42CANTIDAD DE COMPRA

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Entre 3 y 7 cajas	46	42
Entre 7 y 11 cajas	59	54
Entre 11 y 15 cajas	5	4
TOTAL	110	100

Gráfico 27CANTIDAD DE COMPRA



Fuente: Comerciantes de frutas de la ciudad de Ibarra
Elaborado por: La autora
Año: 2013

ANÁLISIS:

Se puede establecer que los comerciantes en su gran mayoría adquieren entre 7 y 11 cajas de papaya para poder expender a todos sus consumidores, mientras que por otra parte, existen comerciantes que expenden más cantidad de cajas, ya que estos poseen puestos más grandes y necesitan abastecerse de mayor cantidad de productos.

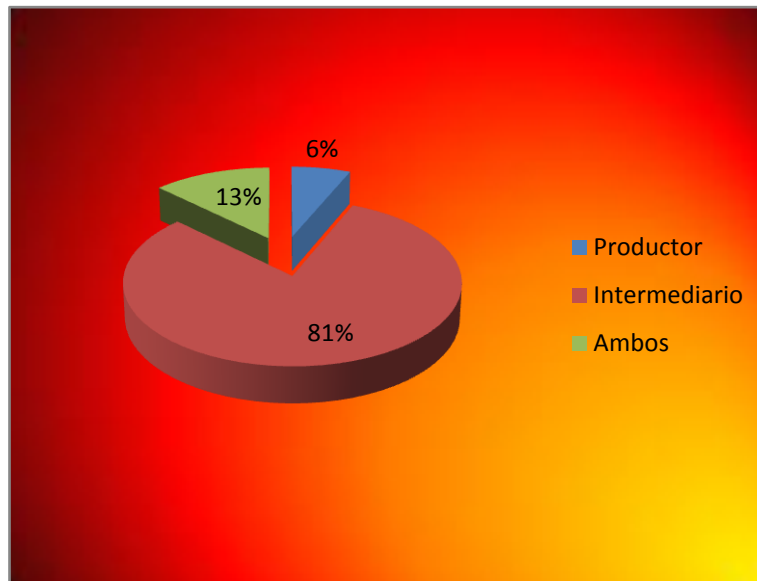
7. ¿Su proveedor de papaya es?

Cuadro 43TIPO DE PROVEEDOR

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
-------------	------------	---

Productor	7	6
Intermediario	89	81
Ambos	14	13
TOTAL	110	100

Gráfico 28 TIPO DE PROVEEDOR



Fuente: Comerciantes de frutas de la ciudad de Ibarra
 Elaborado por: La autora
 Año: 2013

ANÁLISIS:

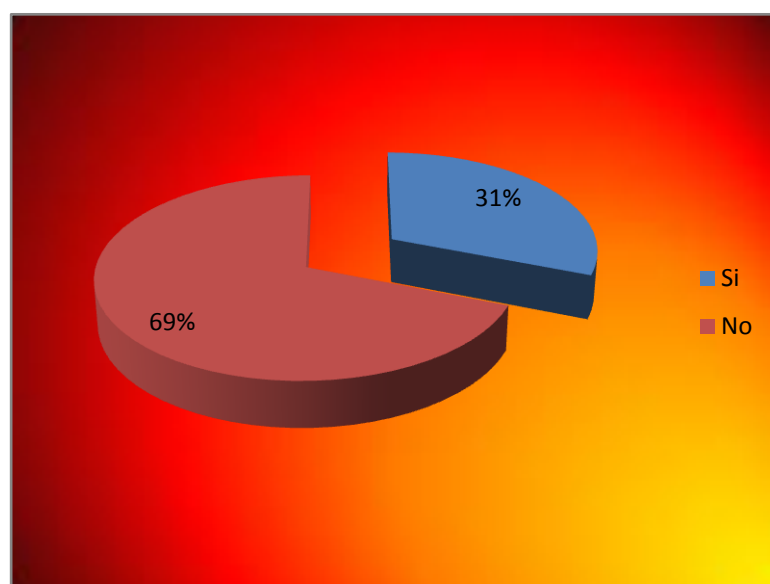
En un gran porcentaje, los comerciantes que adquieren la papaya lo hacen por medio de intermediarios, lo que hace que sus precios aumenten para que estos puedan obtener una ganancia mínima.

8. ¿Cuenta usted con un proveedor de papaya permanente?

Cuadro 44PROVEEDOR PERMANENTE

	FRECUENCIA	%
Si	34	31
No	76	69
TOTAL	110	100

Gráfico 29PROVEEDOR PERMANENTE



Fuente: Comerciantes de frutas de la ciudad de Ibarra
Elaborado por: La autora
Año: 2013

ANÁLISIS:

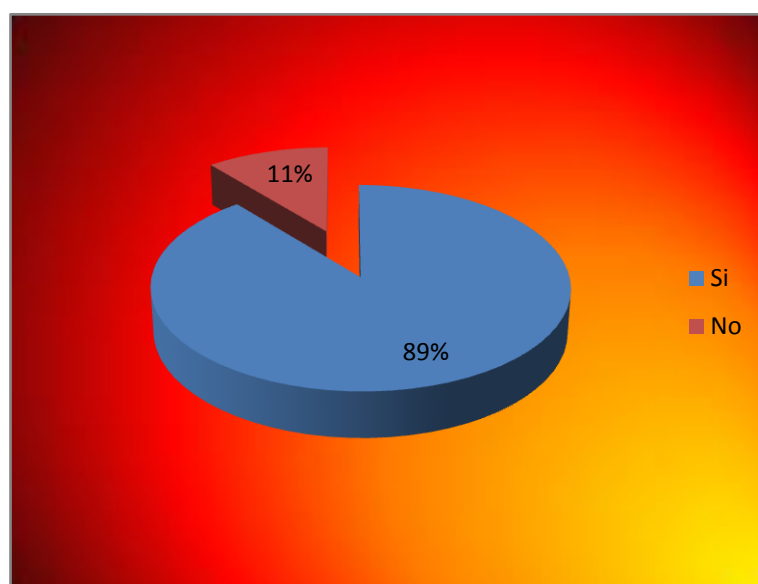
Afirmaron que estos no poseen un proveedor fijo de papaya, ya que sus productos son adquiridos en el momento que existen ferias en los mercados, en este caso en el mayorista, en donde llegan una variedad de proveedores y es aquí en donde adquieren sus productos aleatoriamente.

9. ¿Le gustaría incrementar sus proveedores?

Cuadro 45 INCREMENTO DE PROVEEDORES

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Si	98	89
No	12	11
TOTAL	110	100

Gráfico 30 INCREMENTO DE PROVEEDORES



Fuente: Comerciantes de frutas de la ciudad de Ibarra
Elaborado por: La autora
Año: 2013

ANÁLISIS:

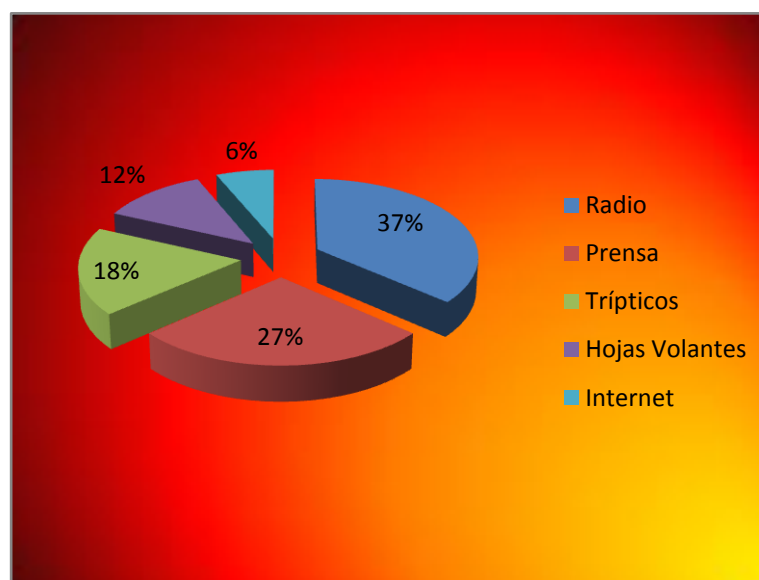
Los comerciantes del mercado mayorista, afirmaron que todos estos desearían incrementar sus proveedores, ya que es aquí en donde se puede obtener precios competitivos y adquirir al proveedor que ofrezca a un menor precio.

10. ¿De los siguientes medios de comunicación cual prefiere?

Cuadro 46 MEDIOS DE COMUNICACIÓN

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Radio	40	36
Prensa	30	27
Trípticos	20	18
Hojas Volantes	13	13
Internet	7	6
TOTAL	110	100

Gráfico 31 MEDIOS DE COMUNICACIÓN



Fuente: Comerciantes de frutas de la ciudad de Ibarra
Elaborado por: La autora
Año: 2013

ANÁLISIS:

Los comerciantes prefieren como un medio de comunicación alternativo a la radio, seguida de la prensa ya que estos medios son los más vistos y leídos por las personas, con el propósito de promocionar y dar a conocer el producto.

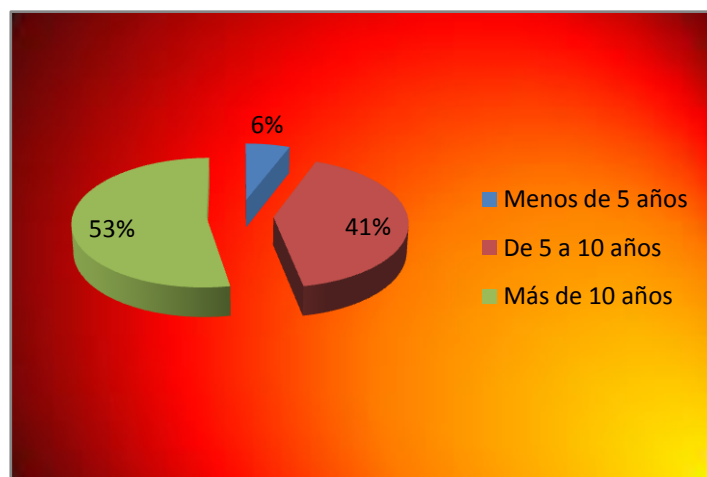
3.7.2. Encuesta efectuada a los proveedores de frutas de los mercados de la ciudad de Ibarra

1. ¿Cuánto tiempo llevan el negocio de proveer frutas?

Cuadro 47 TIEMPO EN LA ACTIVIDAD

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Menos de 5 años	1	4
De 5 a 10 años	7	39
Más de 10 años	9	57
TOTAL	17	100%

Gráfico 32 TIEMPO EN LA ACTIVIDAD



Fuente: Proveedores de frutas
Elaborado por: La autora
Año: 2013

ANÁLISIS:

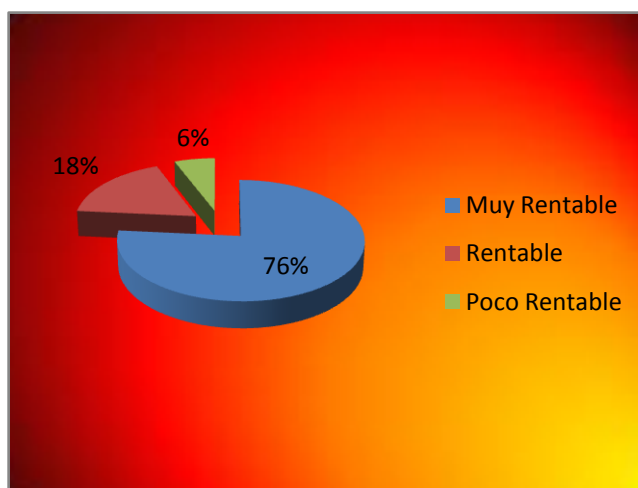
Llevar mucho tiempo en proveer fruta a los mercados esto es más de 10 años, lo que los convierte en personas que poseen experiencia en sus actividades, y en mercado a quienes entregan el producto.

2. ¿La actividad es rentable?

Cuadro 48 RENTABILIDAD DEL NEGOCIO

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Muy Rentable	13	79
Rentable	3	20
Poco Rentable	1	1
TOTAL	17	100%

Gráfico 33 RENTABILIDAD DEL NEGOCIO



Fuente: Proveedores de frutas
Elaborado por: La autora
Año: 2013

ANÁLISIS:

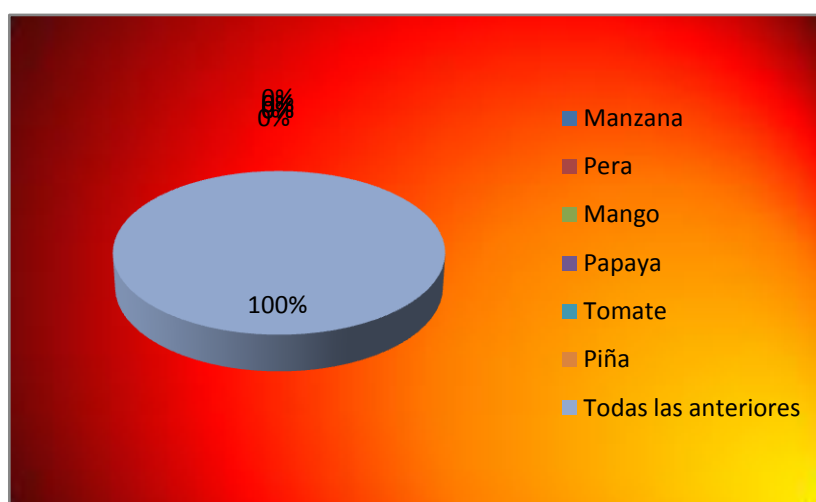
En su gran mayoría la comercialización de esta fruta es muy rentable, ya que es una fruta muy apetecible y de gran utilidad en los consumidores, especialmente para aquellos que se poseen una heladería en donde uno de sus productos es vender la ensalada de frutas.

3. ¿Cuáles frutas comercializa?

Cuadro 49COMERCIALIZACIÓN DE FRUTAS

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Manzana		
Pera		
Mango		
Papaya		
Tomate		
Piña		
Todas las anteriores	17	100
TOTAL	17	100%

Gráfico 34COMERCIALIZACIÓN DE FRUTAS



Fuente: Proveedores de frutas
Elaborado por: La autora
Año: 2013

ANÁLISIS:

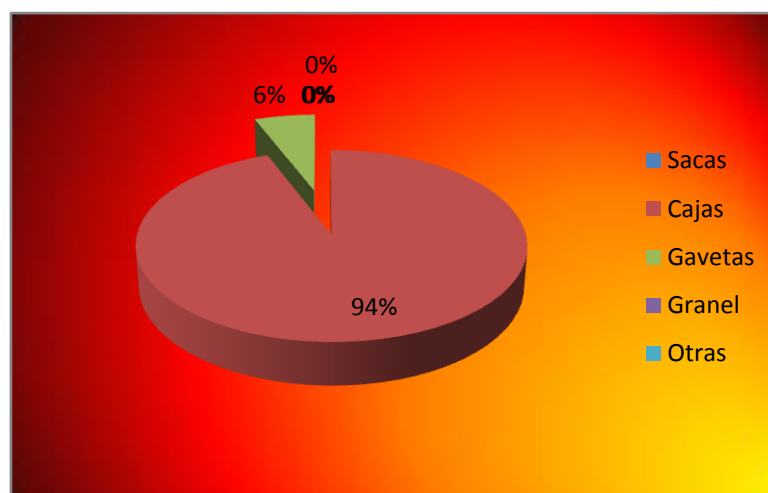
Todos los proveedores comercializan una gran variedad de frutas, ya que afirmaron que para poder abastecer a un mercado es necesario comercializar diferentes frutas, para poder mantenerse en el mercado.

4. ¿Qué presentación utiliza para la comercialización de la papaya?

Cuadro 50PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Sacas	0	0
Cajas	16	94
Gavetas	1	6
Granel	0	0
Otras	0	0
TOTAL	17	100%

Gráfico 35PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO



Fuente: Proveedores de frutas
Elaborado por: La autora
Año: 2013

ANÁLISIS:

La presentación de la papaya para su comercialización, en su gran mayoría lo hacen por cajas, ya que este producto necesita que ciertos cuidados para que no sufra daños y que mejor dentro de una caja en donde cada papaya viene en una envoltura para que estas no se maltraten.

5. ¿Cuál es el peso de comercialización de la papaya?

Cuadro 51 PESO DE COMERCIALIZACIÓN

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Caja de 5 Kilos	1	2
Cajas de 10 Kilos	16	98
Cajas de 15 Kilos	0	0
TOTAL	17	100

Gráfico 36 PESO DE COMERCIALIZACIÓN



Fuente: Proveedores de frutas
Elaborado por: La autora
Año: 2013

ANÁLISIS:

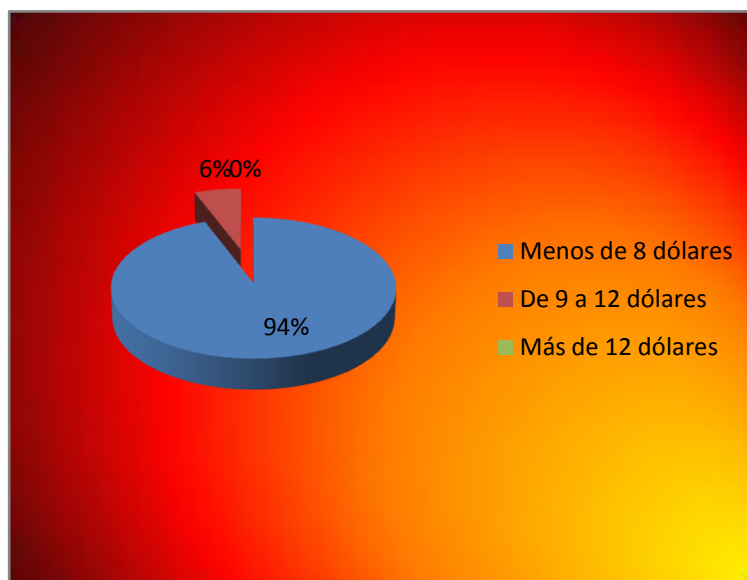
El peso de comercialización esta fruta, lo hacen en su gran mayoría en cajas de 10 kilos, ya que los comerciantes adquieren esta fruta en dicha cantidad, y también para que la papaya llegue en buenas condiciones a los comerciantes, es por esta razón se opta por este peso.

6. ¿El precio de una caja de papaya de 10 kilos es?

Cuadro 52PRECIO DE LA CAJA

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Menos de 8 dólares	16	94
De 9 a 12 dólares	1	6
Más de 12 dólares	0	0
TOTAL	17	100

Gráfico 37PRECIO DE LA CAJA



Fuente: Proveedores de frutas
Elaborado por: La autora
Año: 2013

ANÁLISIS:

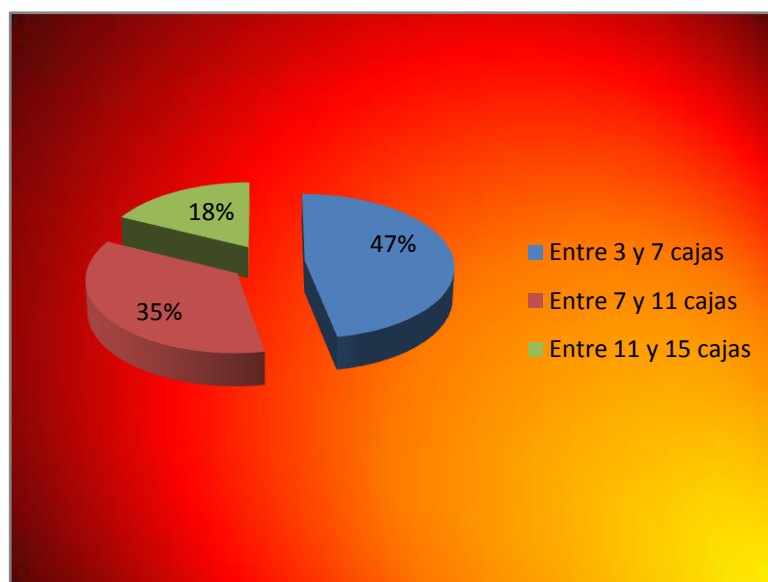
El precio de la caja de papaya de 10 kilos es desde los 8 dólares, ya que existen otros proveedores que ofertan este producto a más precio por la calidad, por sus costos en producción o porque se trata de otro tipo de papaya y son originarias de lugares muy lejanos.

7. ¿Qué cantidad de cajas de papaya de 10 kilos cada una, vende diariamente?

Cuadro 53CANTIDAD DE VENTA

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Entre 3 y 7 cajas	8	47
Entre 7 y 11 cajas	6	34
Entre 11 y 15 cajas	3	19
TOTAL	17	100

Gráfico 38CANTIDAD DE VENTA



Fuente: Proveedores de frutas
Elaborado por: La autora
Año: 2013

ANÁLISIS:

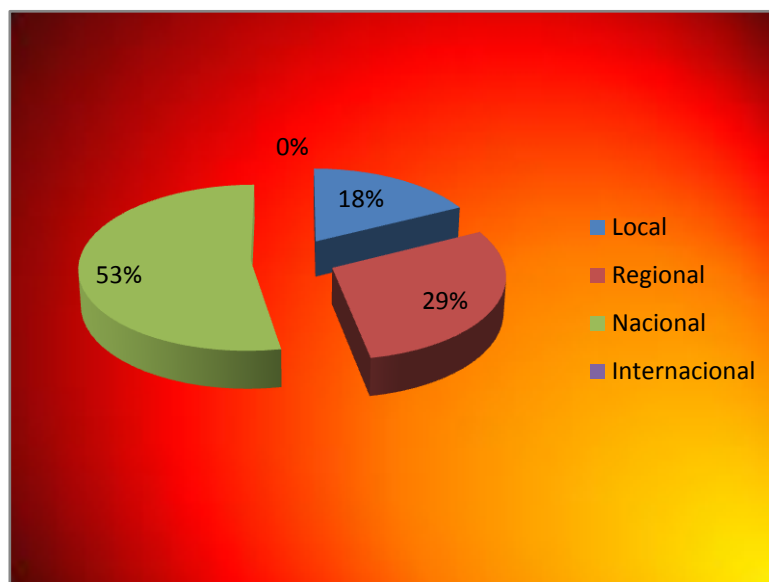
Los proveedores venden entre 3 a 7 cajas diariamente a los diferentes mercados de la localidad, ya que esta fruta es demandada a diario por los consumidores.

8. ¿Cuál es el origen de la fruta?

Cuadro 54 ORIGEN DEL PRODUCTO

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Local	3	15
Regional	5	35
Nacional	9	50
Internacional	0	0
TOTAL	17	100

Gráfico 39 ORIGEN DEL PRODUCTO



Fuente: Proveedores de frutas
Elaborado por: La autora
Año: 2013

ANÁLISIS:

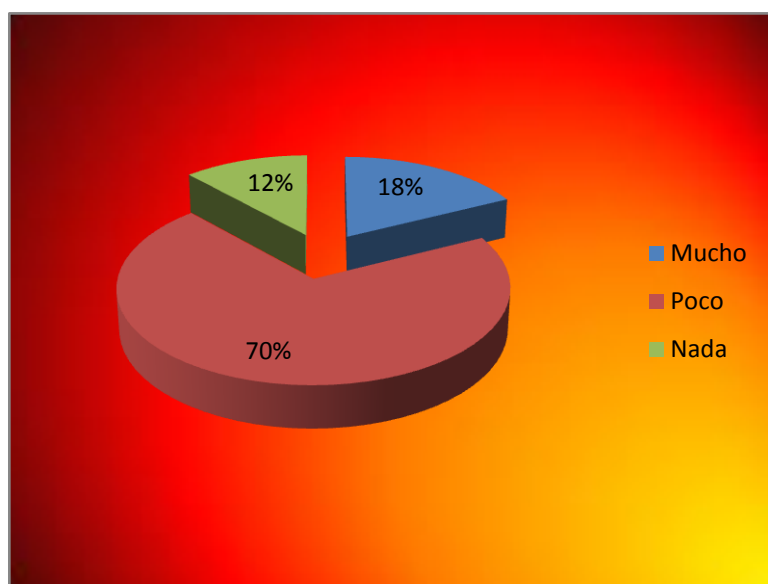
El producto que ofertan en el mercado es nacional, es decir es producido en tierras ecuatorianas tropicales seguido por productos regionales, ya que es importante saber de donde es originaria la fruta.

9. ¿Actualmente satisfacen la demanda?

Cuadro 55 SATISFACCIÓN DE LA DEMANDA

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Mucho	3	16
Poco	12	71
Nada	2	13
TOTAL	17	100

Gráfico 40 SATISFACCIÓN DE LA DEMANDA



Fuente: Proveedores de frutas
Elaborado por: La autora
Año: 2013

ANÁLISIS:

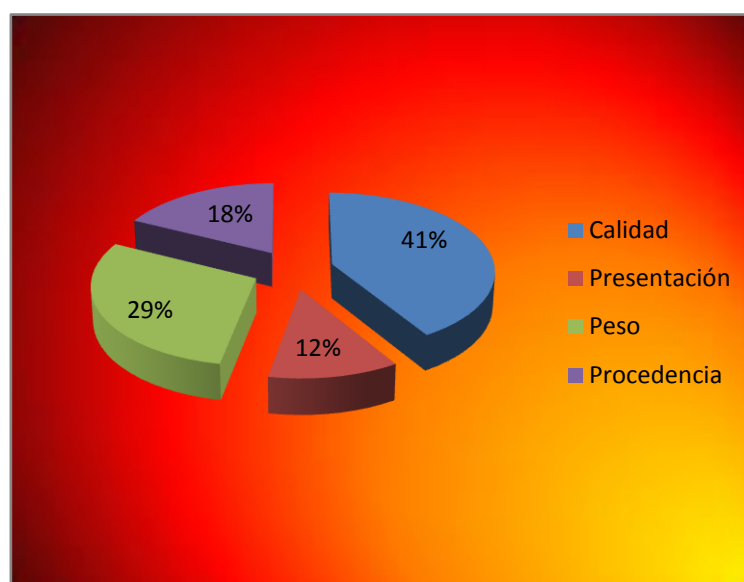
En la actualidad no satisfacen en su totalidad la demanda en el mercado de comercialización de papaya, ya que estos poseen terrenos muy pequeños, motivo por el cual su oferta es corta, y también porque esta fruta solo se da una vez al año.

10. ¿Los precios de la fruta de que aspectos depende?

Cuadro 56ASPECTO PARA EL PRECIO

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Calidad	7	46
Presentación	2	10
Peso	5	28
Procedencia	3	16
TOTAL	17	100

Gráfico 41ASPECTO PARA EL PRECIO



Fuente: Proveedores de frutas
Elaborado por: La autora
Año:2013

ANÁLISIS:

Los precios de la papaya dependen de muchos factores, pero en especial de la calidad, ya que una papaya sana, dulce, y agradable al paladar se convierte en una fruta de mayor demanda, y por ende será la más comercializada.

3.8. Identificación del producto

La empresa estará en capacidad de producir y comercializar papaya Maradol con excelentes características fisicoquímicas bajo estándares de calidad muy altos, orientando su producción a la búsqueda de la satisfacción de las necesidades del cliente.

Ilustración 1 PAPAYA MARADOL



Fuente: Fotografía
Elaborado por: La autora
Año: 2013

3.8.1. Composición nutricional

La papaya además de tener una gran cantidad de agua, contiene otros elementos muy importantes para nuestra salud como la vitamina A, Vitamina C, potasio y fibra los cuales son esenciales para el buen funcionamiento de nuestro sistema inmunológico, para tener una excelente digestión y una buena absorción del hierro que se encuentra en los alimentos. A continuación se muestra una tabla con el resumen de los principales nutrientes de la papaya Maradol, en ellas se incluyen sus principales nutrientes así como como la proporción de cada uno.

Cuadro 57 COMPOSICIÓN NUTRICIONAL

Calorías	35,01 kcal
Grasas	0,09 g
Colesterol	0 mg.
Sodio	3 mg
Carbohidratos	7,10 g
Fibra	1,90 g
Azúcares	7,10 g
Proteínas	0,50 g.
Vitamina A 152,50 ug	Vitamina C 80mg
Vitamina B120 ug	Calcio 21 mg
Hierro 0,42 mg	Vitamina B 30,41 mg

Fuente: bibliográfica
Elaborado por: La autora
Año: 2013

La cantidad de los nutrientes que se muestran en las tablas anteriores, corresponde a 100 gramos de esta fruta.

3.8.2. Características generales

- **Tamaño y peso:** los tamaños de una papaya van de 10 a 25 cm de largo y su peso promedio es de 1.5 2.6 kg.
- **Color:** la papaya Maradol tiene una cáscara fina de color verde-amarillo y cuando ya está completamente madura su color es

amarillo-anaranjado. La suave pulpa de esta fruta es de tono rojizo-anaranjado.

- **Sabor:** la pulpa tiene un sabor dulce que recuerda al melón, la pera o el plátano. En su interior tiene semillas negras las cuales tienen un sabor picante.

3.8.3. Propiedades de la papaya

- **Digestivas, antiinflamatorias y antisépticas**, para combatir la amigdalitis, la faringitis, la artritis o la gota, y de uso externo, en heridas, hematomas y picaduras. Facilita la digestión y calma el dolor e inflamación gracias a la enzima papaína que contiene. Combate el estreñimiento.
- **Previene cánceres**, entre ellos el de pecho, vejiga, colon o cuello del útero, hasta la prevención de la vejez prematura, prevención de la degeneración visual, protección del corazón, o la necesidad de más ingestión de vitamina C en el tabaquismo o alcoholismo.
- **Elimina los parásitos intestinales.** También ayuda a eliminar las Amebas que son responsables de muchas diarreas crónicas ya que sus semillas frescas son muy ricas en un nutriente llamado Carpasemina.
- **La papaya facilita el bronceado** gracias a la gran cantidad de Retinina (facilita la acción de la Melanina)
- **Efecto alcalinizante del organismo** (ideal para personas con acidosis) Adecuada para casi todo el mundo, especialmente para personas mayores, niños en edad de crecimiento, mujeres lactantes, fumadores y bebedores.

También es útil si se toman medicamentos diuréticos, en casos de estrés y ansiedad, cuando hay un sistema inmunitario débil, para una actividad física intensa, en la anemia ferropenia, para trastornos cardiovasculares, enfermedades degenerativas, en dietas bajas en grasas, en caso de

bulimia, y como ayuda para celíacos, pues está demostrado que la papaína puede digerir el gluten de trigo

3.8.4. Usos

Se consume principalmente como fruta fresca, postre o ensalada; así como también combina muy bien con mariscos, aves, jamón, carne y pescado. Las semillas tienen un sabor picante, pero siempre y cuando estas sean disecadas, estas semillas sirven para emplearse para sazonar diversas comidas, ya que su sabor es asociado el de la pimienta.

Los frutos maduros de papaya se emplean también para hacer bebidas, helados, mermeladas, bolas o cubos enlatados, esta fruta también se la emplea para suavizar las carnes; en fin esta fruta tiene un sinnúmero de usos que benefician a nuestra organismo

3.8.5. Productos sustitutos

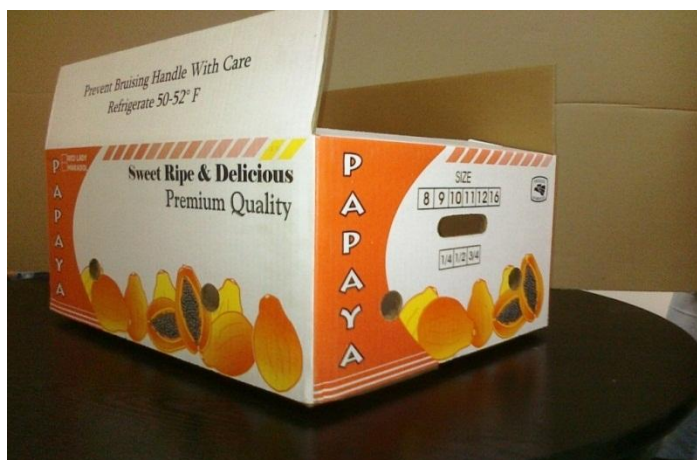
Dentro de los productos sustitos de esta fruta, podemos encontrar aquellas frutas fresca que por su composición química como agua, glúcidos, fibra, sales, minerales, vitaminas, calorías, proteínas, grasas, aromas y pigmentos se las puede reemplazar por la papaya, tales como: manzana, melón, mango, melocotón y pera.

3.8.6. Presentación del producto

Uniformidad

El contenido de cada caja será uniforme, todas las papayas serán del mismo origen, de la misma variedad y del mismo tipo comercial, de la misma calidad. La parte visible del contenido de la caja será representativa para todo el contenido.

Ilustración 2 MODELO DE CAJA PARA PAPAYAS MARADOL



Fuente: Fotografía
Elaborado por: La autora
Año: 2013

Embalaje

Las papayas estarán de tal forma embaladas con el propósito que se noten que estas se encuentran protegidas.

El material destinado al uso interior del embalaje será nuevo, limpio y de tal calidad que no cause daños extremos ni internos al producto.

Ilustración 3 EMBALAJE DEL PRODUCTO



Fuente: Fotografía
Elaborado por: La autora
Año: 2013

Identificación

Nombre completo o razón social de la empresa productora y comercializadora de papaya Maradol.

Tipo o Denominación del Producto

- "Papayas", si el producto no es reconocible por fuera
- Denominación de la variedad o de su tipo comercial.

Origen del Producto

País de origen, y en forma opcional: denominación nacional, regional o local.

Características de Comercialización

- Calidad
- Tamaño (Letra de referencia o categoría por peso)
- Número de unidades (opcional)
- Peso neto (opcional)

3.9. Mercado meta

El mercado meta para el proyecto está representado por los comerciantes minoristas de frutas de la ciudad de Ibarra, cuando la empresa adquiera posicionamiento se comercializará en mercados de otras ciudades, el mercado meta representa el 100 % de los comerciantes de frutas, según la investigación de campo.

3.10. Análisis de la demanda

Para el análisis de la demanda se tomó en cuenta a los comerciantes minoristas de la ciudad de Ibarra, por considerar que ellos están en contacto directo con el consumidor final, por tanto necesitan de la fruta.

3.10.1. Identificación de la demanda actual

La investigación de campo a través de las encuestas permitió cuantificar la cantidad de papaya que necesitan para comercializar, cuyo dato fue extraído de la pregunta No. 6. A continuación se presenta la demanda anual de papaya.

Cuadro 58 IDENTIFICACIÓN DE LA DEMANDA ACTUAL DE PAPAYA EN KILOS

COMERCIANTES DE PAPAYA	%	No. DE COMERCIANTES	CANTIDAD DE COMPRA	PERIODO DE COMPRA	PESO DE CADA CAJA EN KG.	CONSUMO ANUAL DE PAPAYA EN KG.
154	42%	65	5	52	10	169.000
	54%	83	9			388.440
	4%	6	13			40.560
TOTAL	100%	154	27	52		598.000

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: La autora
Año: 2013

3.10.2. Proyección de la demanda

Para efectuar la proyección de la demanda se utilizó la tendencia del crecimiento de los comerciantes de frutas de la ciudad de Ibarra, datos proporcionados por los administradores de los mercados, de ahí se calculó el índice de crecimiento promedio anual utilizando el siguiente procedimiento:

Cuadro 59 CÁLCULO DEL ÍNDICE DE CRECIMIENTO

AÑO	Ibarra N° de comerciantes de frutas	$i = \frac{Cn}{Co} - 1$
2008	127	
2009	133	0,047
2010	138	0,038
2011	142	0,029
2012	149	0,049
		0,0408

Elaborado por: La autora
Año: 2013

$$ICA = \frac{i}{n}$$

$$ICA = \frac{0,1631}{4}$$

$$ICA = 0,0408$$

$$ICA = 4,08\%$$

La tasa promedio del crecimiento de los comerciantes de frutas se utilizó para proyectar el consumo de papaya en los comerciantes minoristas, utilizando la siguiente fórmula:

$$Dn = Do (1+i)^n$$

Dónde:

Dn= Demanda Futura

Do= Demanda actual

i= Tasa de Crecimiento

n= Año Proyectado

$$Dn = Do (1+i)^n$$

$$Dn = 598.000(1 + 0,0408)^1$$

$$Dn = 622.398$$

$$Dn = Do (1+i)^n$$

$$Dn = 598.000(1 + 0,0408)^2$$

$$Dn = 647.792$$

$$Dn = Do (1+i)^n$$

$$Dn = 598.000(1 + 0,0408)^3$$

$$Dn = 674.222$$

$$Dn = Do (1+i)^n$$

$$Dn = 598.000(1 + 0,0408)^4$$

$$Dn = 701.730$$

$$Dn = Do (1+i)^n$$

$$Dn = 598.000(1 + 0,0408)^5$$

$$Dn = 730.361$$

Cuadro 60PROYECCIÓN DE LA DEMANDA DE PAPAYA EN KG.

AÑO	PROYECCIÓN DE LA DEMANDA DE PAPAYA EN KG.
2014	622.398
2015	647.792
2016	674.222
2017	701.730
2018	730.361

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: La autora

Año: 2013

ANÁLISIS DE LA OFERTA

La oferta corresponde en identificar la competencia que tendrá la fruta en el mercado, la cual está representada por los proveedores de frutas que abastecen a los mercados con producto de otros lugares.

3.10.3. Oferta actual

Para plantear la oferta de papaya se aplicó encuestas a los proveedores mayoristas de frutas de los mercados de la ciudad de Ibarra. Tomando como referencia la pregunta No. 7 se obtuvo la oferta en kilos de papaya al año.

Cuadro 61 OFERTA ANUAL DE PAPAYA EN KG

No. TOTAL DE PROVEEDORES MAYORISTAS	%	No. DE COMERCIANTES	CANTIDAD DE VENTA	PERIODO DE VENTA	PESO DE CADA CAJA EN KG.	OFERTA ANUAL DE PAPAYA EN KG.
17	47%	8	5	365	10	146.000
	34%	6	9			19.710
	19%	3	13			14.235
TOTAL	100%	17	27	365		179.945

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: La autora

Año: 2013

3.10.4. Proyección de la oferta

Para la proyección de la oferta de papaya se utilizó la tasa promedio de crecimiento de la demanda 4,08%, debido a la no existencia de datos históricos de la producción de papaya para determinar la tendencia de crecimiento.

$$O_n = O_o (1+i)^n$$

Donde:

O_n = Oferta Futura

O_o = Oferta actual

i = Tasa de Crecimiento

n = Año Proyectado

$$O_n = O_o (1+i)^n$$

$$O_n = 179.945(1 + 0,0408)^1$$

$$On = 187287$$

$$\mathbf{On = Oo (1+i)^n}$$

$$On = 179.945(1 + 0,0408)^2$$

$$On = 194928$$

$$\mathbf{On = Oo (1+i)^n}$$

$$On = 179.945(1 + 0,0408)^3$$

$$On = 202881$$

$$\mathbf{On = Oo (1+i)^n}$$

$$On = 179.945(1 + 0,0408)^4$$

$$On = 211159$$

$$\mathbf{On = Oo (1+i)^n}$$

$$On = 179.945(1 + 0,0408)^5$$

$$On = 219774$$

Cuadro 62PROYECCIÓN DE LA OFERTA DE PAPAYA EN KILOS

AÑO	PROYECCIÓN DE LA OFERTA DE PAPAYA EN KG.
2014	187.287
2015	194.928
2016	202.881
2017	211.159
2018	219.774

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: La autora

Año: 2013

3.11. Demanda potencial a satisfacer

La demanda potencial a satisfacer corresponde a la comparación de la demanda y oferta para determinar si existe o no mercado para el producto propuesto.

Cuadro 63DEMANDA POTENCIAL A SATISFACER

AÑO	PROYECCIÓN DE LA DEMANDA DE PAPAYA EN KG.	PROYECCIÓN DE LA OFERTA DE PAPAYA EN KG.	DEMANDA POTENCIAL A SATISFACER DE PAPAYA EN KG.
2014	622.398	187.287	435.111
2015	647.792	194.928	452.864
2016	674.222	202.881	471.341
2017	701.730	211.159	490.571
2018	730.361	219.774	510.587

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: La autora

Año: 2013

Como se puede apreciar en el cuadro anterior ratifica la existencia suficiente mercado para la papaya.

3.12. Demanda a captar por el proyecto

La demanda a captar por el proyecto tiene que ver con la capacidad de producción de la empresa, representada por el número de kilos de papaya aptos para la venta. Ver estudio técnico

Cuadro 64 DEMANDA A CAPTAR POR EL PROYECTO

AÑO	DEMANDA POTENCIAL A SATISFACER DE PAPAYA EN KG.	DEMANDA A CAPTAR POR EL PROYECTO en kilos	NIVEL DE CAPTACIÓN %
2014	435.111	97.000	22

Fuente: Investigación de campo.
Elaborado por: La autora
Año: 2013

Como se puede apreciar el nivel que satisface el proyecto es aproximadamente del 22% ($97.000/435.11 \times 100$) en comparación a la demanda insatisfecha identificada.

3.13. Análisis de precios

Mediante observación directa se pudo identificar que en el mercado el precio de una caja de 10 kilos de papaya se ubica entre 5 y 8 dólares esto depende de muchos factores como temporada, inclemencias de tiempo, importaciones entre otras. Con este antecedente se puede manifestar que el precio de la papaya es volátil.

3.13.1. Determinación del precio

Para determinar el precio de cada caja de papaya de 10 kilos, que entregará la empresa al mercado se analizó los costos y gastos más un margen de utilidad, tomado en cuenta la competencia. Para el primer año de comercialización de la papaya el precio será de 6,3 dólares.

3.13.2. Proyección de precios

Para la proyección del precio de la caja de papaya de 10 kilos, aplicó la inflación del 4,16% del 2012.

Cuadro 65PROYECCIÓN DE PRECIOS EN DOLARES

PRODUCTO	2014	2015	2016	2017	2018
Precio por cada caja de 10 kilos	\$6,30	\$6,56	\$6,83	\$7,11	\$7,41

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: La autora
Año: 2013

3.14. Estrategias comerciales

Las estrategias comerciales se trata de una combinación de variables conocidas como elementos del marketing, que una empresa pone en práctica para obtener ventas efectivas de un producto o servicio determinado, estas variables son: Producto, Precio, Plaza, Promoción y Publicidad.

3.14.1. Estrategias de producto

El producto se expenderá en cajas de cartón que contienen 10 kilos de papaya Maradol.

La presentación del producto será en su estado natural y ligeramente madura.

Etiquetado: Para garantizar una mayor difusión de la marca, se optará por colocar el sello de la empresa en cada producto.

Garantía: Todos los productos serán entregados en estado semi maduro, para ayudar a que llegue en perfecto estado a su destino final.

Ilustración 4 IMAGEN CORPORATIVA



Elaborado por: La autora
Año: 2013

Imagen Corporativa

Marca: SOLO PAPAYAS

Logotipo: Dibujo de una papaya y a su alrededor estará colocado el slogan de la empresa.

Colores: Naranja y Verde

Slogan del Producto: La Fruta del árbol de la Buena Salud

3.14.2. Estrategias de precio

- Los precios serán diferenciados de la competencia, lo que permitirá a la empresa ser más eficiente al momento de vender su producto.
- Los precios de la empresa productora y comercializadora de papaya maradol serán altamente competitivos, ya que estos serán fijados por el gerente de la entidad productora, el mismo que mediante un estudio técnico determinará si es conveniente o no realizar una disminución o incremento en el precio.

3.14.3. Estrategias de promoción y publicidad

- Ubicar puntos de degustación en lugares estratégicos en donde exista mayor afluencia de público como por ejemplo en supermercados.
- En ferias libres, colocar un stand que dará a conocer el producto y los puntos de venta en donde pueden adquirir.
- Elaborar programas de difusión en radio y prensa con el propósito de incentivar la compra del producto.
- Los clientes que adquieran a la empresa más de 15 cajas mensuales de papaya maradol, tendrán derecho a la promoción de una caja pequeña de papaya durante el primer año como estrategia para introducirse al mercado.
- Elaborar una página web para dar a conocer el producto y así comercializar directamente con el comprador.

Ilustración 5 PUBLICIDAD EN PRENSA

SOLO PAPAYAS

Es un negocio de producción y comercialización de papaya Marañón.



Refrésate este Verano con Papaya!!

Consume fruta de temporada que es más barata y te provee nutrientes, la papaya por ejemplo, puede ser consumida en trozos o en agua fresca para evitar el golpe de calor, conoce más de sus beneficios.

DESCUBRE
TODOS SUS
BENEFICIOS




ALIMENTATE
SANAMENTE

Comunícate a nuestro Teléfonos: 06 2756 7564 / 06 2658 746
Email: www.solopapayas@yahoo.com
Visita nuestra página web: www.papayamaradon.com.ec
Cuambo – Ecuador

Elaborado por: La autora
Año: 2013

Ilustración 6 PÁGINA WEB





SOLO PAPAYAS




CONSUMO DE PAPAYA

Beneficios y Consejos

[INICIO](#)
[PRODUCCIÓN](#)
[BENEFICIOS](#)
[CONTACTOS](#)

PAPAYA MARADOL
La Papaya era utilizada por los nativos centroamericanos como alimento y...

Papaya Maradol	Blog	Información Nutricional
	<p>La papaya es una fruta tropical muy popular ya que, además de su buen sabor, tiene tantas propiedades que los nativos de Costa Rica y México la conocen como la fruta del árbol de la buena salud.</p>	
<p>Las aplicaciones de la papaya van desde mascarillas faciales, pasando por geles y lociones corporales, bronceadores, etc. Es recomendable que paralelamente al uso de estos productos -que incluso podemos elaborar en casa-, ingiramos la fruta como parte de zumos y ensaladas matutinas.</p>		<p>Útil en problemas de la piel, del corazón y del hígado y también para eliminar parásitos intestinales. El zumo puede quitar las manchas de la piel.</p>

Elaborado por: La autora
Año: 2013

Ilustración 7 PUBLICIDAD POR RADIO

SOLO PAPAYAS

PONE A DISPOSICIÓN DE TODA LA COMUNIDAD IBARREÑA LA VENTA DE PAPAYAS MARADOL, LA MISMA QUE HA SIDO CULTIVADA CONSERVANDO TODAS SUS PROPIEDADES Y SIN QUÍMICOS.

ESTA FRUTA HAN SIDO ESCOGIDAS POR PERSONAL CAPACITADO QUIENES SON ENCARGADOS DE ELEGIR EL FRUTO QUE CUMPLEN CON LAS MÁS EXIGENTES ESTANDARES DE CALIDAD.

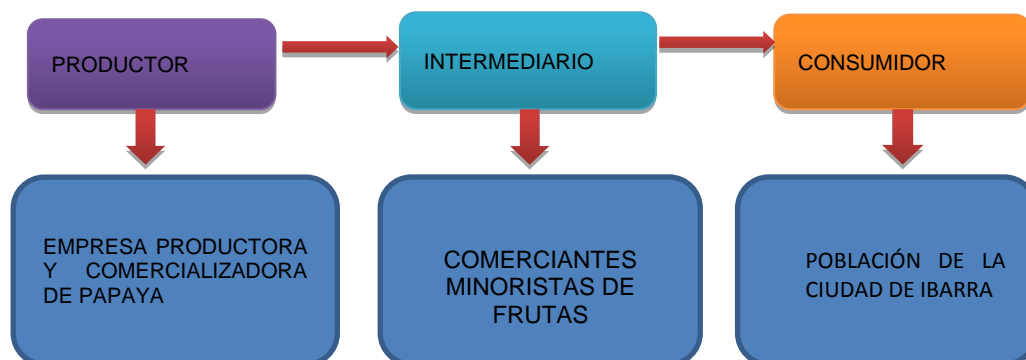
CONSUME UN PRODUCTO SANO Y CON UNA GRAN VARIEDAD DE BENEFICIOS PARA TU ORGANISMO.

Elaborado por: La autora
Año: 2013

3.14.4. Estrategias de plaza o canal de distribución

El canal de comercialización que se empleará para la distribución de papaya maradol será el indirecto, esto quiere decir que se entregará la fruta a los comerciantes minoristas y de estos al consumidor final.

Ilustración 8 CANAL DE DISTRIBUCIÓN INDIRECTO



Elaborado por: La autora
Año: 2013

3.15. Conclusiones del estudio de mercado

Efectuada la investigación se tiene las siguientes conclusiones:

- La demanda de papaya es muy significativa, los comerciantes minoristas están dispuestos y necesitan ampliar el número de proveedores de la fruta, para poder cubrir las necesidades de los clientes.
- La oferta de papaya en la ciudad de Ibarra es mínima no cubre con la gran demanda que existe, esto se debe a que el producto es originario de otros lugares, existe poca producción a nivel local.
- Con la observación directa se pudo identificar que en el mercado el precio de una caja de 10 kilos de papaya se ubica entre 5 a 8 dólares esto depende de muchos factores como temporada, inclemencias de tiempo, importaciones entre otras. Con este antecedente se puede manifestar que el precio de la papaya es volátil.
- La demanda a captar por el proyecto satisface aproximadamente en un 22% en comparación a la demanda insatisfecha identificada, esto depende al área de producción.
- Las estrategias propuestas están destinadas a incentivar el consumo de la papaya y captar nuevos mercado.

CAPÍTULO IV

4. ESTUDIO TÉCNICO

4.1. Presentación

El estudio técnico es fundamental en un proyecto de inversión, ya que es en este es donde se estudia la localización y tamaño óptimo de las instalaciones; ilustrando así todos los factores que influyen para el mejor desarrollo del proyecto, entre los cuales se encuentran los agentes que intervienen en la compra de maquinaria y equipo, así como la calendarización de la adquisición de estas, los diferentes métodos para determinar el tamaño de la plantación, los métodos para su localización, y los métodos de distribución y, finalmente, también se examinan los procesos de producción que pueden operar para el proyecto de inversión

Para un análisis eficiente del estudio, se ha tomado en cuenta los siguientes puntos:

- Localización
- Tamaño
- Capacidad
- Diseño
- Proceso
- Inversión

4.2. Localización óptima del proyecto

La localización del proyecto consiste en determinar el punto o lugar estratégico en donde se van a empezar a funcionar sus instalaciones

productivas, en el cual se analizará algunos factores claves que implicarán en el desarrollo de sus actividades.

4.2.1. Macro localización

La Macro localización se refiere al lugar geográfico donde se llevara el desarrollo del proyecto tomando en cuenta ciertos parámetros que son muy importantes

La macro localización del proyecto será, en la República del Ecuador, Provincia de Imbabura, Cantón Ibarra,

Ilustración 9 MAPA PROVINCIA DE IMBABURA



Fuente: Municipio del Cantón Ibarra
Elaborado por: La autora
Año: 2013

4.2.2. Micro localización

La micro localización consiste en definir el lugar exacto de la ejecución del proyecto, por tanto la empresa productora y comercializadora de papaya, estará ubicada en el Cantón Ibarra, Parroquia Salinas, Comunidad de Cuambo

Ilustración 10 MAPA DEL CANTÓN IBARRA



Fuente: Municipio del Cantón Ibarra
Año: 2013

La comunidad de Cuambo se encuentra ubicada a 11 Km aproximadamente de la cabecera parroquial, se ha seleccionado como la micro localización del proyecto porque cuenta con varias ventajas como; condiciones agronómicas adecuadas, vías de acceso en buen estado, disponibilidad de mano de obra, área de terreno para el cultivo, agua de riego, que favorece al proyecto, por tal razón se considera al sector, como el sitio idóneo para la producción y comercialización de papaya.

4.3. Tamaño del proyecto

Los factores tomados en cuenta para el tamaño son los siguientes:

- Mercado meta
- Disponibilidad de materia prima
- Tecnología
- Vías de acceso
- Inversión
- **Mercado Meta:** A través de los datos estadísticos obtenidos, se puede decir que el mercado al que está dirigido este tipo de producto, cuenta con una gran demanda, ya que este producto no es muy producido en este sector y por ser un producto de consumo masivo la venta está asegurada.
- **Disponibilidad de Materia Prima:** El abastecimiento de materia prima es indispensable para el desarrollo del proyecto, y por lo tanto en la ciudad de Ibarra existen un sinnúmero de empresas comerciales agrícolas en donde se pueden adquirir tanto las semillas, como insecticidas para el control de plagas, entre otros materiales necesarios para su producción.
- **Tecnología:** La tecnología que se aplicará para el cultivo será la recomendada por el INIAP, basada en las buenas prácticas agrícolas, cuyos métodos mejoran la productividad de la fruta y permitirán minimizar los costos de producción. Para el cultivo se utilizará insumos de origen orgánico o de sello verde.
- **Vías de acceso:** La zona cuenta con vías de Primer orden, aptas para la movilidad de cualquier tipo de vehículo, por tanto no existe problemas para transportar la fruta.
- **Inversión:** EL proyecto propuesto requiere de una demanda de inversión, ya que es necesarios la adquisición de materias, insumos de producción, equipos, muebles y enseres: entre otros; la misma que puede realizar prestamos por medio de entidades financieras, ya que en dicha ciudad brinda la oportunidad de escoger a la mejor entidad financiera para obtener el crédito.

4.4. Capacidad de proyecto

Para determinar la capacidad del proyecto se ha tomado en cuenta lo siguientes:

Horizonte de vida del proyecto 5 años

Análisis de productividad, periodo vegetativo y comercial

Área de producción 5 hectáreas.

Inicio de la producción: entre 7 a 8 meses de plantada.

Tipo de producción: cíclica.

Para el análisis de productividad y producción de la nueva empresa se tomó en cuenta la opinión de un experto en el tema.

Cuadro 66 ANÁLISIS DE PRODUCTIVIDAD

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	PERIODO VEGETATIVO	PERIODO COMERCIAL	PERIODO COMERCIAL	PERIODO COMERCIAL	PERIODO COMERCIAL
Número de hectáreas cultivadas	5	5	5	5	5
Producción promedio por hectárea en kilos	20.000	30.000	34.000	34.000	22.000
Producción total	100.000	150.000	170.000	170.000	110.000

Fuente: Opinión de experto, bibliográfica.

Elaborado por: La autora

Año: 2013

Cuadro 67 PRODUCCIÓN DE LA EMPRESA

DESCRIPCIÓN	PORCENTAJE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Producción total de papaya en kilos	100%	100.000	150.000	170.000	170.000	110.000
Apta para la venta	97%	97.000	145.500	164.900	164.900	106.700
No apta	3%	3.000	4.500	5.100	5.100	3.300

Fuente: Opinión de experto, bibliográfica.

Elaborado por: La autora

Año: 2013

- **Producción en cajas de 10 kilos**

Cuadro 68PRODUCCIÓN EN CAJAS DE 10 KILOS

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Papaya en cajas de 10 kg.	9.700	14.550	16.490	16.490	10.670

Fuente: Opinión de experto, bibliográfica.

Elaborado por: La autora

Año: 2013

4.5. Distribución de la planta

Para la construcción de las áreas de la empresa, se utilizará 179 m² distribuidas de la siguiente manera;

Cuadro 69DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA

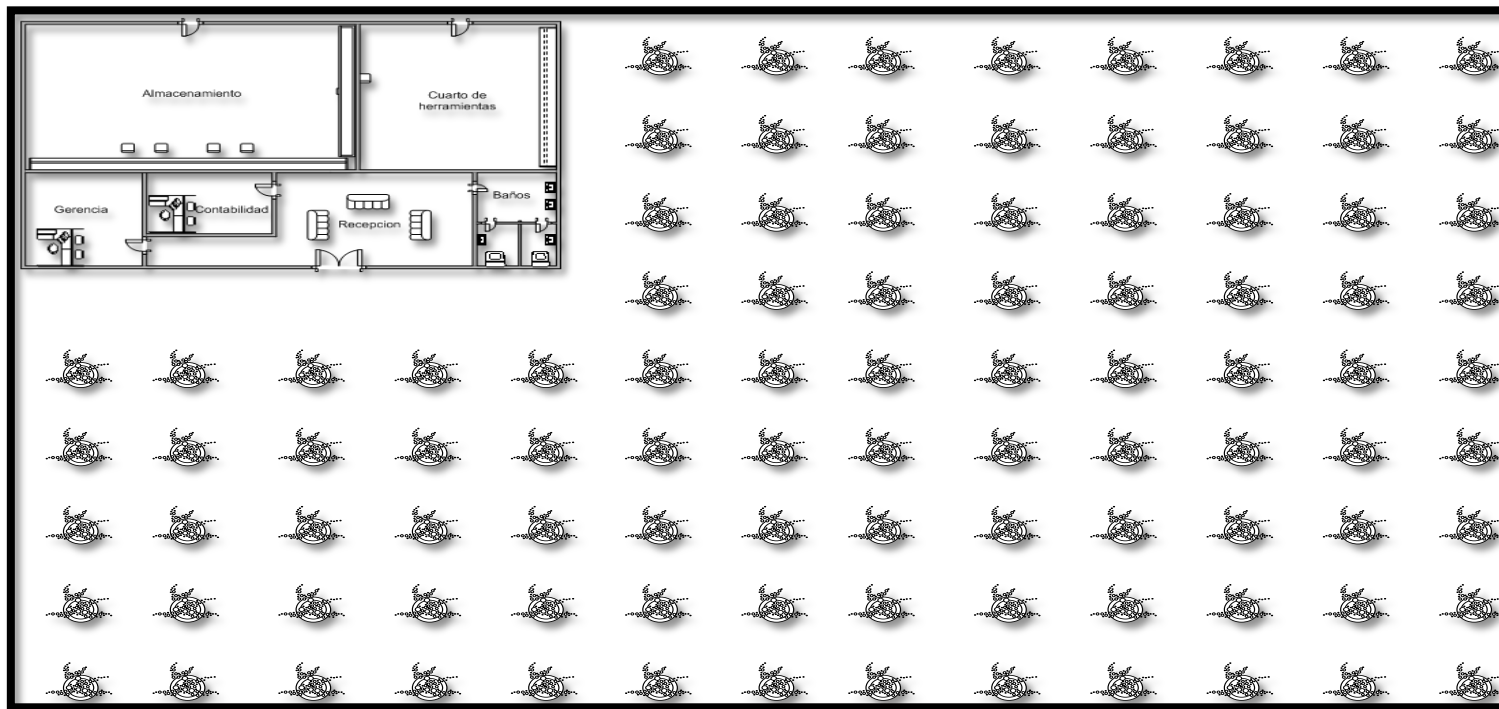
No.	ÁREAS	m ²
1	Gerencia	25
2	Contabilidad	16
3	Recepción	32
4	Cuarto de herramientas	40
5	Bodega	54
6	Baños	12
TOTAL		179

Elaborado por: La autora

Año: 2013

4.5.1. Diseño de las instalaciones

Ilustración 11 DISEÑO DE LA PLANTA



Avalado por: Arq. Willam Erazo
Año: 2013

4.6. Descripción del Proceso de Producción.

En esta parte se establece las actividades más importantes para la operatividad de la empresa, por tal motivo se buscó el asesoramiento de un experto en el tema y la correspondiente investigación bibliográfica.

La variedad de papaya a cultivarse será Maradol, por ser una de las más productivas, con mejor adaptación a los cambios climáticos de la zona donde se implementará la plantación y muy apetecida en el mercado.

Las etapas del proceso de producción son:

a) Preparación del Suelo

Consiste en las labores de arada, rastrada y surcada.

b) Siembra

La siembra puede ser directa sobre el terreno o previa en semillero. La siembra en semillero se hará empleando vasos cervecedores.

La tierra del semillero deberá mantenerse húmeda, cuando las plantitas tengan unos 10-15 cm (unos dos meses después de la siembra) de altura se trasplantarán al terreno de cultivo.

Para el presente proyecto se utilizará plántulas provenientes de semillero, con una densidad por hectárea de 2.200 plantitas.

c) Crecimiento

Consiste el mantenimiento del cultivo, fertilización, eliminar la maleza, realizar el respectivo control de plagas del cultivo y riego.

d) Recolección del fruto

El estado de recolección se alcanza cuando los frutos empiezan a ablandarse y a perder el color verde del ápice. La madurez se alcanzará a los 4 o 5 días de la recolección y los frutos tomarán un color amarillo.

e) Control de Calidad

Al producto que es cosechado, se selecciona el producto que es óptimo para el consumo de acuerdo a los estándares de calidad consecuentemente se realiza su respectiva limpieza en agua clorada, para eliminar todas las impurezas adheridas a la corteza y disminuir la carga microbiana del producto.

f) Sellado y Etiquetado

Se lo efectúa luego de la limpieza, consiste en sellar cada producto con una máquina selladora.

g) Almacenar el Producto

Se almacena el producto en las bodegas en donde están listas las cajas del producto para su distribución, se la comercializará en cajas de 10 kilos.

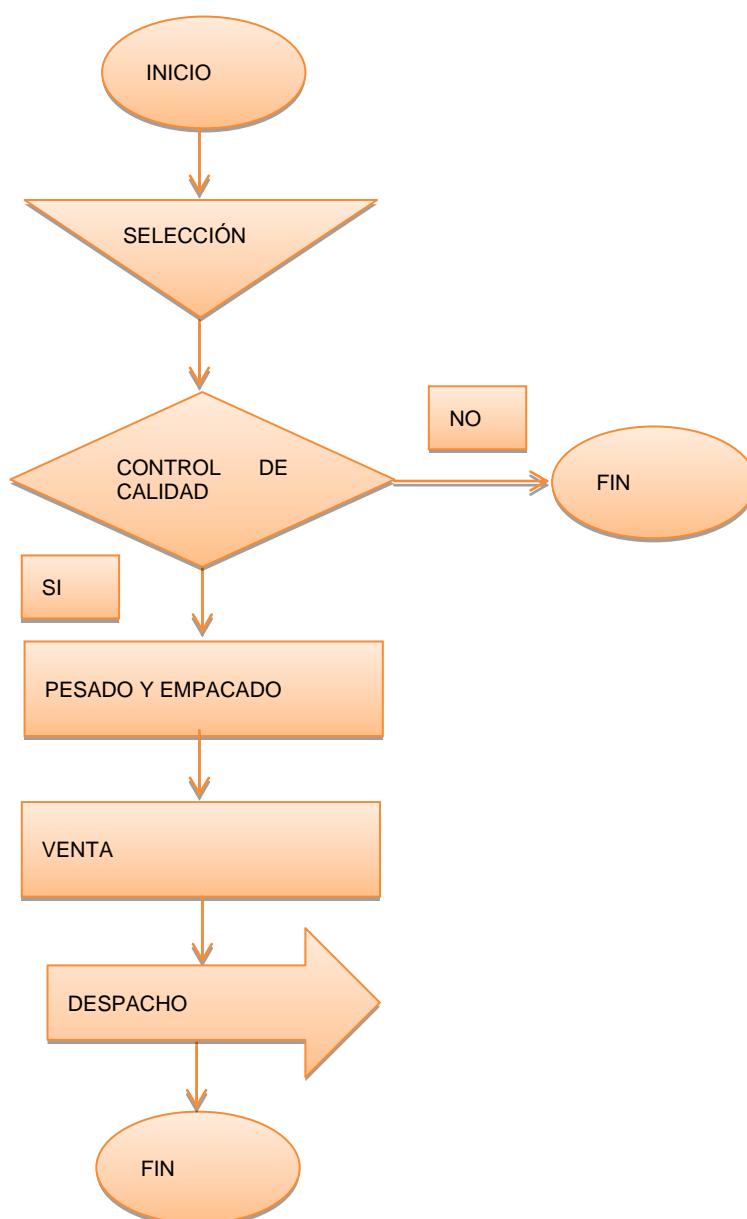
h) Comercialización

Esta es la última fase de la producción puesto que en esta fase se distribuye el producto a los mercados.

4.6.1. Flujograma del proceso de producción de la papaya



4.6.2. Flujograma del proceso de comercialización de la papaya



4.7. Presupuesto de Inversiones

La inversión está definida como el monto de los recursos necesarios para la ejecución de la empresa de producción y comercialización de papaya, los cuales comprenden: activos fijos, activos diferidos y capital de trabajo.

4.7.1. Inversión fija

Para iniciar las actividades de la empresa se adquirirá la siguiente propiedad planta y equipo que corresponde a los activos fijos.

- **Terreno**

El terreno donde se construirán las instalaciones cuenta con un área de 200 m².

Cuadro 70TERRENO

DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Terreno	m2	200	\$.35,00	\$.7.000,00
TOTAL				\$.7.000,00

Fuente: Avalúos y Castros del Municipio de Ibarra.

Elaborado por: La autora

Año: 2013

- **Infraestructura**

Con la finalidad de que las actividades sean eficientes se construirá una infraestructura con todas las dependencias necesarias para su normal funcionamiento. Para minimizar el costo de la construcción, el material utilizado será de bloque sus estructuras y la cubierta de eternit con terminados rústicos, debido a que tipo de actividad no demanda muchas exigencias al momento de realizar las operaciones.

Cuadro 71INFRAESTRUCTURA

DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Infraestructura	m2	179	\$.95,00	\$.17.005,00
TOTAL				\$.17.005,00

Fuente: Maestro Albañil

Elaborado por: La autora

Año: 2013

- **Maquinaria y equipo**

La maquinaria y equipo a adquirirse es la siguiente:

Cuadro 72 MAQUINARIA Y EQUIPO

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Equipo de fumigación a motor	1	\$1.300,00	\$1.300,00
Bomba de fumigar manual	2	\$220,00	\$440,00
TOTAL			\$1.740,00

Fuente: LA HACIENDA
Elaborado por: La autora
Año: 2013

- **Herramientas agrícolas**

Entre las herramientas para la labor agrícola que necesita es la siguiente:

Cuadro 73 HERRAMIENTAS PARA LA PRODUCCIÓN AGRÍCOLA

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Carretilla	2	170,00	\$340,00
Azadones	20	12,00	\$240,00
Palas	7	6,00	\$42,00
Rastrillos	7	9,00	\$63,00
Trinches	7	7,00	\$49,00
Gavetas	50	4,00	\$200,00
TOTAL			\$934,00

Fuente: Ferretería Almeida
Elaborado por: La autora
Año: 2013

- **Vehículo**

Para la comercialización y demás actividades de la empresa es importante adquirir un vehículo, el cual será de segunda mano.

Cuadro 74VEHICULO

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Camioneta año 2008	1	\$ 11.000,00	\$11.000,00
TOTAL			\$ 11.000,00

Fuente: Patios de venta de vehículos
Elaborado por: La autora
Año: 2013

- **Mueble y enseres**

Los muebles y enseres para las dependencias de la empresa son los siguientes:

Cuadro 75MUEBLES Y ENSERES

DOLARES

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Escritorio Modular Pequeño	2	175,00	350,00
Archivador vertical	2	120,00	240,00
Sillas giratorias	2	60,00	120,00
Sillas	8	33,00	264,00
Mesa con plataforma de aluminio	1	450,00	450,00
Estanterías	3	180,00	540,00
TOTAL			\$..1.964,00

Fuente: LINEA NUEVA
Elaborado por: La autora
Año: 2013

- **Equipo de computación**

Para las actividades de la empresa se adquirirá el siguiente equipo de computación.

Cuadro 76EQUIPO DE COMPUTACIÓN

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Computador de escritorio	2	\$.730,00	\$.1.460,00
TOTAL			\$.1.460,00

Fuente: LA GANGA
Elaborado por: La autora
Año: 2013

- **Equipo de Oficina**

Dentro del equipo de oficina se encuentra:

Cuadro 77EQUIPO DE OFICINA

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Impresora Multifunción	1	220,00	220,00
Teléfono	2	105,00	210,00
Sumadora	2	40,00	80,00
TOTAL			\$.510,00

Fuente: LA GANGA
Elaborado por: La autora
Año: 2013

Cuadro 78RESUMEN DE LA INVERSION FIJA

DESCRIPCIÓN	VALOR TOTAL
Terreno	7.000,00
Infraestructura	17.005,00
Maquinaria y equipo	1.740,00
Herramientas para la producción	934,00
Vehículo	11.000,00
Muebles y enseres	1.964,00
Equipo de computación	1.460,00
Equipo de oficina	510,00
TOTAL	\$.41.613,00

Elaborado por: La autora
Año: 2013

4.7.2. Capital de trabajo

El capital de trabajo o inversión variable, es el conjunto de recursos corrientes, utilizados para cubrir las erogaciones del proyecto durante el periodo en que no genera ingresos por la actividad.

El capital de trabajo para el presente proyecto es de 7 meses.

Cuadro 79 CAPITAL DE TRABAJO

DESCRIPCIÓN	VALOR PARCIAL	VALOR TOTAL
COSTOS DE PRODUCCIÓN		
Preparación del terreno	120,00	
Materia prima e insumos	2353,75	
Mano de obra	5682,37	
Pago de agua	87,50	
Arriendo	2.041,67	
Subtotal (CP)		\$.10.285,28
GASTOS ADMINISTRATIVOS		
Sueldos	7.351,40	
Servicios básicos	294,00	
Servicio de comunicación	420,00	
Suministros de oficina	106,14	
Mantenimiento Computación	105,00	
Subtotal total (GA)		\$.8.276,54
GASTOS DE VENTAS		
Sueldos	3064,92	
Publicidad	548,33	
Combustible y mantenimiento	910,00	
Subtotal total (GV)		\$.4.523,25
Total		\$.23.085,07
Imprevistos 2%		\$.461,70
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO		\$.23.546,77

Elaborado por: La autora
Año: 2013

4.7.3. Inversión inicial

La inversión total del proyecto es:

Cuadro 80 INVERSIÓN TOTAL

DESCRIPCIÓN	TOTAL
Activos Fijos	\$41.613,00
Capital de trabajo	\$23.546,77
TOTAL	\$65.159,77

Elaborado por: La autora
Año: 2013

4.7.4. Financiamiento

La empresa para iniciar las actividades necesita una inversión que asciende a 65.159,77 dólares, de los cuales 30.159,77 dólares serán de origen propio, y 35.000 dólares a través de un préstamo que se lo solicitará al Banco Nacional de Fomento.

Cuadro 81 FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO

DESCRIPCIÓN	VALOR	%
Capital Propio	\$30.159,77	46,29
Capital Financiado	\$35.000,00	53,71
TOTAL	\$65.159,77	100,00

Elaborado por: La autora
Año: 2013

4.7.5. Requerimiento de talento humano

El talento humano que se necesita es el siguiente:

Cuadro 82REQUERIMIENTO DEL TALENTO HUMANO

No. EMPLEAD OS	CARGO	SALARI O BASIC O
Área Administrativa		
1	Gerente	\$.450,00
1	Secretaria Contadora	\$.350,00
Área Producción		
1	Técnico Agrónomo	\$.400,00
	Obreros de la producción	
Área de Ventas		
1	Vendedor	\$.330,00

Elaborado por: La autora
Año: 2013

CAPÍTULO V

5. ESTUDIO FINANCIERO

El capítulo financiero tiene como objetivo principal establecer los ingresos, egresos, para poder estructurar los respectivos estados financieros y aplicar la evaluación financiera que determinará la factibilidad o no del proyecto para ser gestionado por los inversionistas.

5.1. Ingresos.

Los ingresos de la empresa están representados por la venta de la papaya en cajas de 10 kilos c/u.

5.1.1. Proyección de Ingresos

La proyección de ingresos se la estableció en base al mercado y a la capacidad de producción de la plantación de papaya, el precio de la fruta se fijó en base al análisis de costos y gastos de producción más un margen de utilidad, tomando en cuenta la competencia, estos crecen según la tendencia de inflación anual del 4,16% registrada en el año 2012.

Cuadro 83 INGRESOS

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Papaya en cajas de 10 kg.	9.700	14.550	16.490	16.490	10.670
Precio unitario por caja	\$.6,30	\$.6,56	\$.6,83	\$.7,11	\$.7,41
Total de ingresos proyectado	\$.61.110,00	\$.95.448,00	\$.112.626,70	\$.117.243,90	\$.79.064,70

Fuente: Estudio de mercado y Técnico
Elaborado por: La autora
Año: 2013

5.1. Egresos.

Los egresos son las erogaciones que se realizarán para cubrir los costos de producción, gastos administrativos y ventas, los mismos que serán utilizados para realizar el trabajo en la empresa. Se encuentran proyectados al 4,16% según la inflación del 2012, a excepción del talento humano que se lo proyectó al 9,9% según la tendencia del crecimiento del sueldo básico de los últimos 5 años.

5.1.1. Costos de Producción.

Los costos de producción son los valores que se destina a la preparación del suelo, la compra de insumos, mano de obra directa y los costos indirectos. La cantidad se encuentra proyectada en función a las necesidades para la producción, el costo crece en base a la inflación del 4,16% del año 2012. El cálculo del número de jornales, los kilos de insumos para el control fitosanitario y el respectivo desglose de los costos de producción para cada año, se encuentra en el anexo.

A continuación se presenta un resumen.

Cuadro 84 RESUMEN DE COSTOS DE PRODUCCIÓN

DÓLARES

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Costos directos					
Preparación del terreno	120,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Materia prima e insumos	4.035,00	2.064,97	2.150,87	2.240,35	2.333,55
Mano de obra directa	9.741,20	10.781,07	11.652,29	12.601,60	13.542,24
Costos indirectos de producción					
Empaques	1843,00	2.879,50	3.399,20	3.540,60	2.386,28
Pago de agua	150,00	156,24	162,74	169,51	176,56
Arriendo	3.500,00	3.645,60	3.797,26	3.955,22	4.119,76
TOTAL	\$19.389,20	\$19.527,38	\$21.162,36	\$22.507,29	\$22.558,39

Elaborado por: La autora
Año: 2013

5.1.2. Gastos Administrativos.

Dentro de los gastos administrativos se encuentran las erogaciones de las actividades administrativas. Para su proyección se ha utilizado la tasa de inflación del 4,16%. Excepto los sueldos administrativos a los cuales se aplicó el 9,9% que corresponde a la tendencia del sueldo básico de los últimos 5 años.

➤ Sueldos Administrativos.

Son los pagos que se realizan a los trabajadores de cada departamento, de acuerdo a las funciones que realiza.

Cuadro 85PROYECCIÓN DEL SALARIO BÁSICO UNIFICADO

No.	PERSONAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
1	Gerente	450,00	494,55	543,51	597,32	656,45
1	Contadora	350,00	384,65	422,73	464,58	510,57
	MENSUAL	800,00	879,20	966,24	1061,90	1167,03
	ANUAL	\$. 9600,00	\$. 10550,40	\$. 11594,89	\$. 12742,78	\$. 14004,32

Elaborado por: La autora
Año: 2013

Cuadro 86PROYECCIÓN DEL SUELDO ADMINISTRATIVO

DESCRIPCION	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Salario Básico Unificado	9.600,00	10.550,40	11.594,89	12.742,78	14.004,32
Aporte Patronal	1.166,40	1.281,87	1.408,78	1.548,25	1.701,52
Fondos de Reserva		879,20	966,24	1.061,90	1.167,03
Vacaciones	400,00	439,60	483,12	530,95	583,51
Décimo Tercero	800,00	879,20	966,24	1.061,90	1.167,03
Décimo Cuarto	636,00	698,96	768,16	844,21	927,79
Total costo de sueldos administrativos	\$. 12.602,40	\$. 14.729,24	\$. 16.187,43	\$. 17.789,99	\$. 19.551,20

Elaborado por: La autora
Año: 2013

➤ **Servicios básicos**

Los servicios básicos son indispensables para la realización de las actividades de la empresa.

Cuadro 87SERVICIOS BÁSICOS

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Luz	360,00	374,98	390,58	406,82	423,75
Agua	144,00	149,99	156,23	162,73	169,50
TOTAL	\$.504,00	\$.524,97	\$.546,81	\$.569,55	\$.593,25

Elaborado por: La autora
Año: 2013

➤ **Servicios de comunicación**

Corresponde a los gastos por concepto de comunicación

Cuadro 88SERVICIOS DE COMUNICACIÓN

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Teléfono	420,00	437,47	455,67	474,63	494,37
Internet	300,00	312,48	325,48	339,02	353,12
TOTAL	\$.720,00	\$.749,95	\$.781,15	\$.813,65	\$.847,49

Elaborado por: La autora
Año: 2013

➤ **Suministros de Oficina**

Los suministros de oficina son los siguientes:

Cuadro 89SUMINISTROS DE OFICINA

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	P/U	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Papel resma	14	3,50	49,00	51,04	53,16	55,37	57,68
Carpetas	12	0,30	3,60	3,75	3,91	4,07	4,24
Esferográfico	7	0,30	2,10	2,19	2,28	2,37	2,47
Tinta impresora	3	15,00	45,00	46,87	48,82	50,85	52,97
Cuaderno	4	1,50	6,00	6,25	6,51	6,78	7,06
Lápiz	8	1,50	12,00	12,50	13,02	13,56	14,12
Borrador	5	0,25	1,25	1,30	1,36	1,41	1,47
Basureros	3	5,00	15,00	15,62	16,27	16,95	17,66
Libretines (facturas)	12	4,00	48,00	50,00	52,08	54,24	56,50
TOTAL			\$.181,95	\$.189,52	\$.197,40	\$.205,62	\$.214,17

Elaborado por: La autora
Año: 2013

➤ **Mantenimiento Computación**

Es el rubro destinado para el mantenimiento del equipo de computación.

Cuadro 90MANTENIMIENTO DEL EQUIPO DE COMPUTACIÓN

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Mantenimiento computación	\$.180,00	\$.187,49	\$.195,29	\$.203,41	\$.211,87

Elaborado por: La autora
Año: 2013

Cuadro 91RESUMEN DE GASTOS ADMINISTRATIVOS

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Sueldos	12.602,40	14.729,24	16.187,43	17.789,99	19.551,20
Servicios Básicos	504,00	524,97	546,81	569,55	593,25
Servicios de comunicación	720,00	749,95	781,15	813,65	847,49
Suministros de Oficina	181,95	189,52	197,40	205,62	214,17
Mantenimiento Computación	180,00	187,49	195,29	203,41	211,87
TOTAL	\$.14.188,35	\$.16.381,16	\$.17.908,08	\$.19.582,21	\$.21.417,98

Elaborado por: La autora
Año: 2013

5.1.3. Gastos de Ventas.

En los gastos de ventas se encuentran sueldos de ventas, publicidad, combustibles y mantenimiento vehículo. Estos crecen en función de la inflación del 4,16%, excepto los sueldos.

➤ Sueldo en Ventas.

Cuadro 92SUELDOS EN VENTAS

No.	PERSONAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
1	Vendedor	330,00	362,67	398,57	438,03	481,40
	MENSUAL	330,00	362,67	398,57	438,03	481,40
	ANUAL	\$ 3.960,00	\$ 4.352,04	\$ 4.782,89	\$ 5.256,40	\$ 5.776,78

Elaborado por: La autora
Año: 2013

Cuadro 93PROYECCIÓN DEL SUELDO DE VENTAS

DÓLARES

DESCRIPCION	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Salario Básico Unificado	3.960,00	4.352,04	4.782,89	5.256,40	5.776,78
Aporte Patronal	481,14	528,77	581,12	638,65	701,88
Fondos de Reserva		362,67	398,57	438,03	481,40
Vacaciones	165,00	181,34	199,29	219,02	240,70
Décimo Tercero	330,00	362,67	398,57	438,03	481,40
Décimo Cuarto	318,00	349,48	384,08	422,10	463,89
Total sueldo en ventas	\$5.254,14	\$6.136,97	\$6.744,53	\$7.412,24	\$8.146,05

Elaborado por: La autora
Año: 2013

➤ Publicidad.

Cuadro 94PUBLICIDAD

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Publicidad	\$940,00	\$979,10	\$1.019,83	\$1.062,26	\$1.106,45

Elaborado por: La autora
Año: 2013

➤ **Combustible Mantenimiento Vehículo**

Son gastos que la empresa debe cubrir, para el transporte de la fruta y de más actividades que se realicen con el vehículo.

Cuadro 95 COMBUSTIBLE Y MANTENIMIENTO VEHÍCULO

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Combustible vehículo	1.200,00	1.249,92	1.301,92	1.356,08	1.412,49
Mantenimiento vehículo	360,00	374,98	390,58	406,82	423,75
TOTAL	\$1.560,00	\$1.624,90	\$1.692,49	\$1.762,90	\$1.836,24

Elaborado por: La autora
Año: 2013

➤ **Resumen de gastos de ventas**

Cuadro 96 RESUMEN DE GASTOS DE VENTAS

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Sueldo en ventas	5.254,14	6.136,97	6.744,53	7.412,24	8.146,05
Publicidad	940,00	979,10	1.019,83	1.062,26	1.106,45
Combustible y Mantenimiento	1.560,00	1.624,90	1.692,49	1.762,90	1.836,24
TOTAL	\$7.754,14	\$8.740,97	\$9.456,85	\$10.237,40	\$11.088,74

Elaborado por: La autora
Año: 2013

5.1.4. Gastos Financieros.

➤ **Financiamiento**

Para llevar a cabo el siguiente proyecto se necesita un préstamo de 35.000 dólares, el mismo que será financiado por el Banco Nacional de Fomento a una tasa de interés del 13%, a 4,5 años, mediante pagos trimestrales, con un periodo de gracia de un semestre.

Cuadro 97 DATOS DEL FINANCIAMIENTO

PRESTAMO	\$35.000
TIEMPO	4,5
INTERÉS	13%
PERIODOS DE PAGO	trimestrales

Elaborado por: La autora
Año: 2013

Cuadro 98 AMORTIZACIÓN

trimestre	cuota	intereses	Amortización	amortizado	pendiente
0					\$35.000,00
1	2.598,90	\$1.137,50	\$1.461,40	\$1.461,40	\$33.538,60
2	2.598,90	\$1.090,00	\$1.508,89	\$2.970,29	\$32.029,71
3	2.598,90	\$1.040,97	\$1.557,93	\$4.528,22	\$30.471,78
4	2.598,90	\$990,33	\$1.608,56	\$6.136,78	\$28.863,22
5	2.598,90	\$938,05	\$1.660,84	\$7.797,62	\$27.202,38
6	\$2.598,90	\$884,08	\$1.714,82	\$9.512,44	\$25.487,56
7	2.598,90	828,35	1770,55	11.282,99	23.717,01
8	2.598,90	770,80	1828,09	13.111,08	21.888,92
9	2.598,90	711,39	1887,51	14.998,58	20.001,42
10	2.598,90	650,05	1948,85	16.947,43	18.052,57
11	2.598,90	586,71	2012,19	18.959,62	16.040,38
12	2.598,90	521,31	2077,58	21.037,20	13.962,80
13	2.598,90	453,79	2145,10	23.182,31	11.817,69
14	2.598,90	384,08	2214,82	25.397,13	9.602,87
15	2.598,90	312,09	2286,80	27.683,93	7.316,07
16	2.598,90	237,77	2361,12	30.045,05	4.954,95
17	2.598,90	161,04	2437,86	32.482,91	2.517,09
18	2.598,90	81,81	2517,09	35.000,00	0,00

Fuente: Banco Nacional de Fomento
Elaborado por: La autora
Año: 2013

Cuadro 99 GASTO INTERÉS DE LA DEUDA

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Intereses	\$2.228	\$3.853	\$2.961	\$1.946	\$793

Elaborado por: La autora
Año: 2013

5.1.5. Depreciación

La depreciación se la efectuó tomando en cuenta la Ley de Régimen Tributario.

Cuadro 100 DEPRECIACIÓN

ACTIVO FIJO DEPRECIABLE	AÑO 0	% POR LEY	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	V.Residual
Infraestructura	17.005,00	5%	850,25	850,25	850,25	850,25	850,25	12753,75
Maquinaria y Equipo	1.740,00	10%	174	174	174	174	174	870
Herramientas de producción	934	10%	93,4	93,4	93,4	93,4	93,4	467
Muebles y Enseres	1964	10%	196,4	196,4	196,4	196,4	196,4	982
Equipo de Computación	1.460,00	33%	486,67	486,67	486,67			
Renovación de equipo de Computación	1.520,74	33%				506,91	506,91	506,91
Equipo de Oficina	510	10%	51	51	51	51	51	255
Vehículo	11.000,00	20%	2200	2200	2200	2200	2200	
TOTAL	\$36.134		\$4.052	\$4.052	\$4.052	\$4.072	\$4.072	\$15834,66

Elaborado por: La autora
Año: 2013

5.1.6. Gastos de estudios y constitución

Corresponde al estudio de factibilidad y a los trámites de constitución.

Cuadro 101 GASTOS DE ESTUDIOS Y CONSTITUCIÓN

DESCRIPCIÓN	VALOR
Estudio de factibilidad y diseño	\$1.300
Trámites de constitución	\$350
TOTAL	\$1.650

Elaborado por: La autora
Año: 2013

5.1.7. Resumen de egresos

Cuadro 102 RESUMEN DE EGRESOS

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Costos de producción	19.389,20	19.527,38	21.162,36	22.507,29	22.558,39
Gastos de administrativos	14.188,35	16.381,16	17.908,08	19.582,21	21.417,98
Gastos de ventas	7.754,14	8.740,97	9.456,86	10.237,40	11.088,74
Gastos financieros	2.227,50	3.853,43	2.960,58	1.945,89	792,71
Depreciación	4.051,72	4.051,72	4.051,72	4.071,96	4.071,96
Gastos de estudios y constitución	1.650,00				
TOTAL	\$49.260,91	\$52.554,66	\$55.539,59	\$58.344,75	\$59.929,77

Elaborado por: La autora
Año: 2013

5.2. Estados Proforma.

Una vez establecido las inversiones, ingresos y egresos se procedió a estructurar los siguientes estados proforma.

5.2.1. Estado de Situación Inicial

El estado de situación inicial representa la posición financiera de la empresa en lo que se refiera a los activos y pasivos con los que da inicio la actividad.

Cuadro 103 ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL

DÓLARES

ACTIVO			PASIVO		
PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO		\$41.613,00	PASIVOS LARGO PLAZO		\$35.000,00
Terreno	\$7.000,00		Préstamo por pagar	\$35.000,00	
Infraestructura	\$17.005,00				
Maquinaria y equipo	\$1.740,00		CAPITAL		\$30.159,77
Herramientas para la producción	\$934,00		Inversión propia	\$30.159,77	
Vehículo	\$11.000,00				
Muebles y enseres	\$1.964,00				
Equipo de computación	\$1.460,00				
Equipo de oficina	\$510,00				
ACTIVO CIRCULANTE DE LIBRE DISPONIBILIDAD		\$23.546,77			
Capital de trabajo	\$23.546,77				
TOTAL ACTIVOS		\$65.159,77	TOTAL PASIVOS Y CAPITAL		\$65.159,77

Elaborado por: La autora

5.2.2. Estado de Resultados

El estado de resultado representa la posición económica reflejada en la utilidad o pérdida del proyecto.

Cuadro 104 ESTADO DE RESULTADOS

DÓLARES

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos Proyectados	61.110,00	95.448,00	112.626,70	117.243,90	79.064,70
Costos de Producción	19.389,20	19.527,38	21.162,36	22.507,29	22.558,39
(=)Utilidad Bruta	\$.41.720,80	\$.75.920,62	\$.91.464,34	\$.94.736,61	\$.56.506,31
Gastos administrativos	14.188,35	16.381,16	17.908,08	19.582,21	21.417,98
Gastos de venta	7.754,14	8.740,97	9.456,86	10.237,40	11.088,74
Depreciación	4.051,72	4.051,72	4.051,72	4.071,96	4.071,96
(-)Gastos financieros	2.227,50	3.853,43	2.960,58	1.945,89	792,71
Gastos de estudios y constitución	1.650,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(=)Utilidad Operativa Proyectada	\$.11.849,09	\$.42.893,34	\$.57.087,11	\$.58.899,15	\$.19.134,93
(-15%) Part. Trabajadores	1.777,36	6.434,00	8.563,07	8.834,87	2.870,24
(=) Utilidad o pérdida antes de impuestos	\$.10.071,73	\$.36.459,34	\$.48.524,04	\$.50.064,28	\$.16.264,69
Impuesto a la Renta	2215,78	8021,05	10675,29	11014,14	3578,23
Utilidad Neta Proyectada	\$.7.855,95	\$.28.438,28	\$.37.848,75	\$.39.050,14	\$.12.686,46

Elaborado por: La autora
Año: 2013

5.2.3. Flujo de efectivo

Este estado financiero muestra la dinámica del efectivo en relación a sus entradas y salidas.

Cuadro 105 FLUJO DE EFECTIVO

DÓLARES

DESCRIPCIÓN	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Inversión Inicial	\$.- 55.159,77					
INGRESOS						
(=) Utilidad Neta Proyectada		7.855,95	28.438,28	37.848,75	39.050,14	12.686,46
Depreciación		4.051,72	4.051,72	4.051,72	4.071,96	4.071,96
Valor de Rescate						24.416,95
(=) Total Ingresos		\$.11.907,66	\$.32.490,00	\$.41.900,47	\$.43.122,10	\$.41.175,37
EGRESOS						
Pago al Principal		2.970,29	6.542,15	7.435,00	8.449,69	9.602,87
Reinversión					1.520,74	
(=) Total Egresos		\$.2.970,29	\$.6.542,15	\$.7.435,00	\$.9.970,43	\$.9.602,87
(=) FLUJO DE CAJA DE NETO PROYECTADO	\$.-65.160	\$.8.937,38	\$.25.947,85	\$.34.465,47	\$.33.151,67	\$.31.572,49

Elaborado por: La autora
Año: 2013

5.3. Evaluación de la Inversión.

Para evaluar el proyecto se aplicó los evaluadores financieros clásicos, que toman en cuenta el valor del dinero en el tiempo, tales como: VAN, TIR, PRI, C/B

5.3.1. Costo de oportunidad y tasa de rendimiento medio

El costo de oportunidad determina la tasa de rentabilidad que tendrá el proyecto frente a la tasa activa y del mercado financiero, demostrando matemáticamente si es viable realizar la inversión en el presente proyecto.

Cuadro 106COSTO DE OPORTUNIDAD

DESCRIPCIÓN	VALOR	%	TASA DE PONDERACIÓN	VALOR PONDERADO
Capital Propio	\$ 30.159,77	46,29	8,00	370,29
Capital Financiado	\$ 35.000,00	53,71	13,00	698,28
TOTAL	\$ 65.159,77	100,00		1.068,57

Elaborado por: La autora
Año: 2013

Ck = 10,69%

5.1.2. Tasa de Rendimiento Medio

DATOS:

Ck(costo de oportunidad) = 10,69%

if(inflación) = 4,16%

TRM= ((1+ck) (1+if))-1

TRM=0,1529

TRM=15,29%

5.3.2. Valor Actual Neto.

Cuadro 107VALOR ACTUAL NETO

AÑO	FL NETOS	FL ACTUAL 15,29%
0	\$.-65159,77	-65159,77
1	\$ 8.937,38	\$ 7.752,08
2	\$ 25.947,85	\$ 19.521,72
3	\$ 34.465,47	\$ 22.491,03
4	\$ 33.151,67	\$ 18.764,58
5	\$ 31.572,49	\$ 15.500,68
	VAN	\$ 18.870

Elaborado por: La autora
Año: 2013

$$VAN = -II + \frac{FNE}{(1+r)^1} + \frac{FNE}{(1+r)^2} + \frac{FNE}{(1+r)^3} \cdots + \frac{FNE}{(1+r)^n}$$

VAN =\$. 18.870

El análisis del VAN para el estudio propuesto alcanza 18.870, valor que es mayor a cero, por tal razón quiere decir que el proyecto es aceptado. Este indicador representa la rentabilidad del proyecto en términos monetarios a tiempo real.

5.3.3. Tasa Interna de Retorno

Es la rentabilidad que devuelve la inversión durante su vida útil.

Cuadro 108 TASA INTERNA DE RETORNO

AÑO	FL NETOS	FLUJO 15,29%	FLUJO 26%
0	-65.159,77	-65.159,77	-65.159,77
1	\$8.937,38	7.752,08	7.093,16
2	\$25.947,85	19.521,72	16.344,07
3	\$34.465,47	22.491,03	17.229,50
4	\$33.151,67	18.764,58	13.152,95
5	\$31.572,49	15.500,68	9.941,60
VAN		\$18.870,32	\$-1.398,50

Elaborado por: La autora
Año: 2013

$$TIR = Ti + (Ts - Ti) \frac{VAN_{Ti}}{VAN_{Ti} - VAN_{Ts}}$$

TIR = 25,11%

La Tasa Interna de Retorno que se obtuvo, indica la rentabilidad del proyecto en este caso del 25,11%, por tanto el proyecto se lo considera factible, debida a que es mayor que la tasa de rendimiento medio.

5.3.4. Periodo de Recuperación de la Inversión

Cuadro 109PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

AÑOS	CAPITAL	FLUJO NETO DEFLACTADO	RECUP. CAPITAL	TIEMPO DE RECUPERACIÓN	
0	\$ 65.159,77				
1		\$ 7.752,08	\$ 7.752,08	1	AÑO
2		\$ 19.521,72	\$ 19.521,72	2	AÑO
3		\$ 22.491,03	\$ 22.491,03	3	AÑO
4		\$ 18.764,58	\$ 15.394,94	9	MESES
5		\$ 15.500,68			

Elaborado por: La autora
Año: 2013

La inversión se recupera en 3 años 9 meses

5.3.5. Costo beneficio.

Cuadro 110COSTO BENEFICIO

AÑOS	FNE	Tasa redescuento
		0,1529
1	\$ 8.937	\$ 7.752
2	\$ 25.948	\$ 19.522
3	\$ 34.465	\$ 22.491
4	\$ 33.152	\$ 18.765
5	\$ 31.572	\$ 15.501
SUMAN...		\$ 84.030

Elaborado por: La autora
Año: 2013

$$C/B = \frac{\text{Flujos netos actualizados}}{\text{Inversión Inicial}}$$

$$C/B = \frac{84.030}{65.159,77}$$

$$C/B = 1,29$$

Este análisis indica que por cada dólar invertido en el proyecto generará 0,29 dólares adicionales.

5.3.6. Punto de Equilibrio del Proyecto

Este análisis determina el nivel de ventas que se necesita realizar para obtener equilibrio operativo

$$PEP = \frac{CostosFijos}{PVu - CVu}$$

Costos Fijo = \$29.872

Precio de Venta = 6,30

Costo de venta = 2,00

PEP = 6.945 CAJAS DE 10 KILOS

El punto de Equilibrio del proyecto indica que la empresa necesita vender 6.945 cajas de papaya de 10 kilos c/u, para obtener equilibrio operativo.

5.3.7. Resumen de la evaluación financiera

Cuadro 111 RESUMEN DE EVALUACIÓN FINANCIERA

RATIO EVALUADOR	CRITERIO DE EVALUACIÓN	VALOR	RESULTADO
TRM =		15,29%	
VAN =	VAN > 0	18.870	Aceptable
TIR % =	TIR > TRM	25,11%	Aceptable
PRI		3,9	Años
B/C =	R B/C > 1	1,29	Aceptable

Elaborado por: La autora
Año: 2013

Del capítulo financiero se puede concluir que el proyecto es factible en las condiciones estudiadas.

CAPÍTULO VI

6. ESTUDIO ORGANIZACIONAL

El estudio organizacional busca determinar la capacidad operativa de la organización, con el fin de conocer y evaluar fortalezas y debilidades y definir la estructura de la organización para el manejo de las etapas de inversión, operación y mantenimiento. Es decir, este estudio permitirá determinar la estructura organizacional acorde con los requerimientos que exija la ejecución del proyecto y la futura operación.

6.1. Aspecto Estratégico

6.1.1. Nombre de la empresa

La empresa llevará por nombre: **“SOLO PAPAYAS”**, ya que es un nombre sencillo, corto, fácil de pronunciar y recordar para sus clientes.

6.1.2. Misión

Producir y comercializar papaya maradol con la finalidad de convertirse en una empresa líder en el mercado, ofreciendo un producto sano y de la más alta calidad a todos sus consumidores.

6.1.3. Visión

Para el año 2018 “SOLO PAPAYAS”, pretende posicionarse en el mercado nacional, como una empresa responsable y respetuosa con el medio ambiente que utilizando las técnicas de cultivo limpio produce la mejor calidad y sanidad de su producto como es la papaya maradol, pensando siempre en satisfacer las necesidades de nuestros clientes.

6.1.4. Objetivos empresariales

Estos establecen lo que la empresa quiere alcanzar en un plazo determinado.

- ✓ Ofrecer un producto de calidad a todos nuestros clientes con precios competitivos acorde al mercado.
- ✓ Reducir los costos de producción, sin afectar la calidad del producto.
- ✓ Diseñar estrategias publicitarias con la finalidad de dar a conocer el producto.
- ✓ Alcanzar los niveles de rentabilidad que permitan la solidez financiera de la empresa.
- ✓ Incrementar la participación del producto en el mercado.
- ✓ Contribuir a que los empleados obtengan un sentido de satisfacción y logro en sus tareas.

6.1.5. Políticas

Las políticas son la pauta principal para el funcionamiento, que todo el recurso humano que labora en la empresa deberá cumplir con estas.

- ✓ Realizar reuniones permanentes con la finalidad de conocer el rendimiento de sus empleados.
- ✓ Escuchar sugerencias de nuestros clientes ya que estos son la base para la rentabilidad de la empresa.
- ✓ Cuidar el medio ambiente, utilizando el mínimo de productos fertilizantes con el propósito de brindar un producto sano y no afectar al medio ambiente.
- ✓ Atender al cliente en todo lo que estos requieran con el propósito de conocer sus necesidades y satisfacciones en el producto.
- ✓ Establecer las normas aplicables a las actividades de selección y contratación del recurso humano que permitan escoger personas idóneas, que se ajusten a los requerimientos de la empresa.

- ✓ Usar materia prima de calidad para darle un producto de agrado al cliente

6.1.6. Principios y Valores

Principios

Los principios empresariales unen las razones de ser o de existir de una empresa con la forma en que ésta desempeña su función en la sociedad.

- ✓ **Crecimiento empresarial y patrimonial**, en beneficio de todos sus accionistas y de las posibilidades de promoción y progreso personal de quienes participan o colaboran en dichas actividades.
- ✓ **Vocación multinacional**, para conseguir un continuo desarrollo y aumento de la dimensión empresarial.
- ✓ **Actuación coordinada** en la fijación de objetivos y en el desarrollo de políticas de actuación comunes.
- ✓ **Orientación al cliente y descentralización**, con el fin de conseguir la máxima agilidad en la gestión y el adecuado aprovechamiento de las capacidades de toda la organización.
- ✓ **Vocación de liderazgo** en todos los sectores de actividad y en los mercados en que esté presente.
- ✓ **Alta calidad en el servicio a los clientes**, por razones éticas y como medio más eficaz de conseguir su fidelización.
- ✓ **Búsqueda permanente de la eficiencia** para optimizar la utilización de los recursos.

Valores

Los valores de la empresa son los pilares más importantes de cualquier organización. Con ellos en realidad se define a sí misma, porque los valores de una organización son los valores de sus miembros, y especialmente los de sus dirigentes.

- ✓ **Servicio.-** buscamos la excelencia por medio de una estación de servicio y mejora para nuestros clientes.
- ✓ **Respeto.-** valoramos la razón de ser de nuestros clientes, son la razón de ser de la productora a nuestros colaboradores y compañeros de trabajo.
- ✓ **Lealtad.-** tenemos un alto sentido de compromiso con nuestra productora y actuamos de manera fiel a los principios éticos, valores.
- ✓ **Responsabilidad.-** Cumplimos con los compromisos adquiridos a la hora de entregar nuestros productos y brindar nuestros servicios a nuestros clientes y proveedores.
- ✓ **Honestidad:** Cumplir con los reglamentos internos de la institución de manera que toda actividad realizada quede dentro de códigos de ética y moral. Existe congruencia en el pensar, decir y hacer de cada persona.
- ✓ **Compromiso:** Mantener un buen comportamiento en las labores cotidianas por parte de cada empleado, sobre la base de la disciplina, honestidad y responsabilidad en sus funciones.

6.2. Aspecto Organizativo

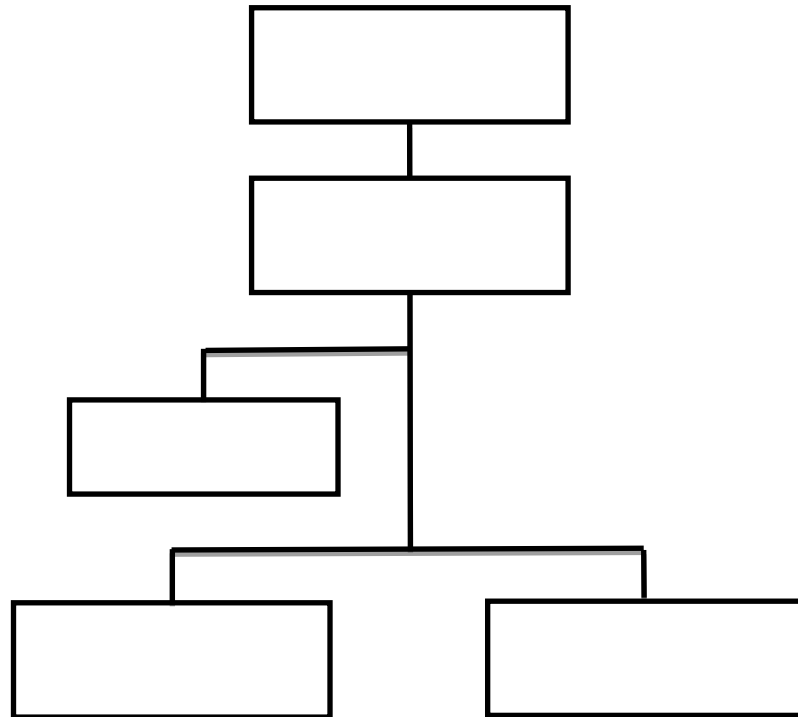
Las organizaciones siempre tendrán necesidad de identificar e incorporar a aquellos profesionales que precisan para favorecer su desarrollo, crecimiento y que contribuyen a alcanzar los resultados de negocio.

6.2.1. Organigrama Estructural

A continuación se presenta el organigrama propuesto para la empresa productora y comercializadora de papaya en la parroquia Cuambo.

**ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DE LA EMPRESA
PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE PAPAYA.**

Gráfico 42 ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DE LA EMPRESA
PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE PAPAYA



6.2.2. Niveles administrativos

Los niveles administrativos de la empresa son los siguientes:

➤ **Nivel legislativo**

El nivel legislativo está compuesto por junta de socios de la empresa y son responsables de la planificación, normativa y toma de decisiones.

➤ **Nivel ejecutivo**

Este nivel está integrado por el gerente de la empresa, quien es el responsable de dirigir, orientar, conducir y supervisar la ejecución de las políticas y las actividades de la plantación.

➤ **Nivel auxiliar**

El nivel auxiliar está integrado por la contadora, que realizará las funciones de apoyo necesario en las actividades de la empresa.

➤ **Nivel operativo**

Dentro de este nivel se encuentra, las unidades de producción y comercialización.

6.2.3. Identificación de Puestos y Funciones

Cuadro 112 MANUAL DE FUNCIONES SOCIOS

MANUAL DE FUNCIONES	
CARGO:	SOCIOS
DEFINICIÓN:	Responsables de la planificación, normativa y toma de decisiones.
FUNCIONES:	<ul style="list-style-type: none">✓ Designar y remover administradores y gerentes;✓ Designar el consejo de vigilancia, en el caso de que el contrato social hubiere previsto la existencia de este organismo;✓ Aprobar las cuentas y los balances que presenten los administradores o gerentes;✓ Resolver acerca de la forma de reparto de utilidades;✓ Resolver acerca de la amortización de las partes sociales;✓ Consentir en la cesión de las partes sociales y en la admisión de nuevos socios;✓ Decidir acerca del aumento o disminución del capital y la prórroga del contrato social;✓ Resolver, si en el contrato social no se establece otra cosa, el gravamen o la enajenación de inmuebles propios de la compañía;✓ Resolver acerca de la disolución anticipada de la compañía;✓ Acordar la exclusión del socio por las causales previstas en el Art. 82 de esta Ley;✓ Disponer que se entablen las acciones correspondientes en contra de los administradores o gerentes.✓ En caso de negativa de la junta general, una minoría representativa de por lo menos un veinte por ciento del capital social, podrá recurrir al juez para entablar las acciones indicadas en esta letra; y,✓ Las demás que no estuvieren otorgadas en esta Ley o en el contrato social a los gerentes, administradores u otros organismos

Cuadro 113MANUAL DE FUNCIONES GERENTE

MANUAL DE FUNCIONES	
CARGO:	GERENTE
DEFINICIÓN:	Bajo su responsabilidad se encuentra el manejo de toda la empresa para cumplir y hacer cumplir conforme las leyes, estatutos y reglamentos que rigen la estructura orgánica de la empresa.
FUNCIONES:	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Representa legalmente de la empresa. ✓ Actualizar los objetivos establecidos por la empresa. ✓ Administrar eficientemente los recursos con los que cuenta la empresa. ✓ Controlar las actividades de producción ✓ Preparar planes operativos ✓ Contratar personal para empresa ✓ Analizar mercados para el producto
PERFIL PROFESIONAL Y REQUISITOS	
EDUCACIÓN FORMAL:	Formación superior en Administración de Empresas o Ingeniería Comercial y afines.
EXPERIENCIA:	Dos años de experiencia en cargos similares
HABILIDADES:	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Liderazgo. ✓ Manejo de recursos humanos. ✓ Capacidad de análisis. ✓ Capacidad de negociación. ✓ Gestión de proyectos. ✓ Toma de decisiones. ✓ Trabajo en equipo.

Cuadro 114MANUAL DE FUNCIONES SECRETARIA CONTADORA

MANUAL DE FUNCIONES	
CARGO:	SECRETARIA CONTADORA
DEFINICIÓN:	Es la persona que realiza cálculos y estados numéricos que se llevan en una empresa para registrar y controlar los valores económicos de la misma.
FUNCIONES:	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Recibir cordialmente a los clientes. ✓ Registrar y archivar todos los documentos que ingresan a la empresa. ✓ Elaborar y registrar comprobantes de ingresos y egresos. ✓ Asesorar a los socios sobre aspectos contables y tributarios. ✓ Planificar, evaluar y ejecutar el movimiento económico de la empresa. ✓ Elaborar y presentar informes financieros para la toma de decisiones. ✓ Redactar informes y actas sobre lo tratado en reuniones y despachos con la dirección gerencial. ✓ Organiza los archivos de la empresa.
PERFIL PROFESIONAL Y REQUISITOS	
EDUCACIÓN FORMAL:	Formación superior en Contabilidad y Auditoría
EXPERIENCIA:	Dos años de experiencia en cargos similares.
HABILIDADES:	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Aplicar métodos y procedimientos contables. ✓ Preparar informes técnicos. ✓ Analizar la información contable. ✓ Tratar en forma cortés al público en general. ✓ Realizar cálculos numéricos con precisión y rapidez. ✓ Relaciones humanas. ✓ Organización del trabajo.

Cuadro 115 MANUAL DE FUNCIONES TÉCNICO DE PRODUCCIÓN

MANUAL DE FUNCIONES	
CARGO:	Técnico de producción
DEFINICIÓN:	El técnico de producción se encarga de controlar las diferentes actividades agrícolas que se realizarán en la plantación.
FUNCIONES:	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Preparar y presentar el presupuesto que necesita el departamento de producción para dar inicio con las actividades ✓ Calificar al personal idóneo para el trabajo de campo ✓ Controlar el proceso productivo de la papaya en la aplicación de técnicas ✓ Aplicar estrategias de minimización de costos de producción ✓ Realizar el mantenimiento previo a las instalaciones que se encuentren a su cargo ✓ Ordenar la recolección del producto en el tiempo adecuado ✓ Presentar informes sobre las actividades productivas que se han realizado con sus respectivos resultados.
PERFIL PROFESIONAL Y REQUISITOS	
EDUCACIÓN FORMAL:	Ingeniero Agrónomo
EXPERIENCIA:	Dos años de experiencia en cargos similares.
HABILIDADES:	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Aplicar métodos y procedimientos agrícolas. ✓ Manejo de frutales. ✓ Preparar informes técnicos. ✓ Relaciones humanas. ✓ Organización del trabajo.

Cuadro 116MANUAL DE FUNCIONES JORNALERO

MANUAL DE FUNCIONES	
CARGO:	Jornalero
DEFINICIÓN:	Se encarga de las labores y actividades agrícolas
FUNCIONES:	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Realizar los cuidados pertinentes de la plantación ✓ Aplicar las técnicas descritas por el Técnico Agrónomo ✓ Informar cualquier anomalía que se presente en el cultivo ✓ Asegurarse que la aplicación de insumos agrícolas se aplique correctamente ✓ Estar pendiente de las necesidades que presente el cultivo en su etapa de crecimiento ✓ Realizar la recolección del fruto de acuerdo a las ordenanzas descritas
PERFIL PROFESIONAL Y REQUISITOS	
EDUCACIÓN FORMAL:	No indispensable
EXPERIENCIA:	Indiferente
HABILIDADES:	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Conocimiento de agricultura ✓ Trabajo en equipo ✓ Organización del trabajo.

Cuadro 117 MANUAL DE FUNCIONES VENDEDOR

MANUAL DE FUNCIONES	
CARGO:	Vendedor
DEFINICIÓN:	El vendedor se encarga de ofrecer el producto a los diferentes mercado y comercializarlo.
FUNCIONES:	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Transportar el producto a los diferentes puntos de ventas. ✓ Realizar sondeos en los mercados que se relaciones con la comercialización de la papaya. ✓ Registra las ventas efectuadas en el día. ✓ Mantener continuo contacto con el cliente mediante visitas periódicas. ✓ Colaborar el almacenamiento del producto ✓ Mantener el perfecto estado el vehículo.
PERFIL PROFESIONAL Y REQUISITOS	
EDUCACIÓN FORMAL:	Tecnología en ventas, chofer
EXPERIENCIA:	Un año de experiencia en cargos similares.
HABILIDADES:	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Preparar informes ✓ Relaciones humanas. ✓ Organización del trabajo.

6.3. Aspecto Legal

6.3.1. Base Legal de Constitución

- **Nombre o Razón Social.** “**SOLO PAPAYAS**”
- **Personería Jurídica.** La empresa de producción y comercialización de papaya se creará como Compañía de Responsabilidad limitada, por tanto tendrá tres socios.
- **Domicilio.** El domicilio de la empresa será en la República del Ecuador, Provincia de Imbabura, Cantón Ibarra, Parroquia Salinas, Comunidad Cuambo.
- **Objeto.** La empresa de “SOLO PAPAYAS; tiene por objeto y finalidad, brindar un producto de calidad sano y natural; por ello, se dedicará a la producción y comercialización de papaya Maradol en la Comunidad de Cuambo, la misma que podrá ejercer todas las actividades permitidas por la Ley y aportar a la formación de otras compañías.

- **Socios:** La empresa estará conformada por 3 socios, los cuales aportaran capitales iguales para el inicio de las operaciones. Los socios son los siguientes:

Cuadro 118 SOCIOS DE LA COMPAÑIA

NOMBRES	CEDULA DE IDENTIDAD	DE APORTACIÓN
Sonia Mariela Guevara Villareal,	040154118-0	10.053,26
Cristian Fernando Mejía López	100456789-3	10.053,26
María Fernanda Castro Ponce	100345623-4	10.053,26

Elaborado por: La autora
Año: 2013

- **Escritura Pública.** El futuro representante de la empresa deberá acudir ante un notario de la provincia para realizar la escritura pública de constitución.
- **Aprobación.** La escritura pública será presentada ante un Juez de lo Civil solicitando su constitución, mismo que publicará en un diario de mayor circulación, un extracto de la constitución de la empresa.
- **Inscripción.** Una vez autorizada el gerente o propietario deberá inscribir en el Registro Mercantil

6.3.2. Permisos de Funcionamiento.

Los permisos para el funcionamiento de la empresa de producción y comercialización serán los siguientes:

a) Obtención del Registro Único de Contribuyentes.

- Cédula del representante legal.
- Copia del certificado de votación
- Recibo del pago de agua, luz o teléfono.

b) Obtención de Patente Municipal.

- Recibo del último pago del impuesto predial.
- Copia del RUC
- Documentos personales del representante legal.

c) Requisitos para obtener el Permiso del Ministerio de Salud.

- Llenar la solicitud de permiso de funcionamiento.
- Reunir la documentación necesaria para ingresar junto con la solicitud.
- Al ingresar la solicitud y documentación, se procederá a la inspección y verificación física de los requisitos técnicos y sanitarios.
- Entrega del informe final

CAPÍTULO VII

7. IMPACTOS DEL PROYECTO

El impacto está compuesto por los efectos a mediano y largo plazo que tiene un proyecto o programa para la población objetivo y para el entorno, sean estos efectos o consecuencias deseadas (planificadas) o sean no deseadas, pero primero se debe establecer un rango de nivel de impacto, para la evaluación se aplica la siguiente escala:

Cuadro 119 MATRIZ DE VALORACIÓN DE IMPACTOS

POSITIVO	NIVEL
1	Bajo
2	Medio
3	Alto
NEGATIVO	NIVEL
-1	Bajo
-2	Medio
-3	Alto

Elaborado por: La autora
Año: 2013

Luego se determina las matrices con sus respectivos rangos en cada uno de los impactos, asignándoles una valoración de acuerdo a los indicadores utilizados. Para conocer el grado de impacto se emplea la ecuación:

$$\text{NIVEL DE IMPACTO} = \frac{\text{SUMATORIA TOTAL}}{\text{NÚMERO DE INDICADORES}}$$

7.1. Impacto Socio-económico

Cuadro 120IMPACTO SOCIO-ECONÓMICO

FACTORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Calidad de vida							X	3
Oferta de empleo						X		2
Seguridad laboral							X	3
Demanda de mano de obra						X		2
TOTAL						4	6	10

Elaborado por: La autora
Año: 2013

$$NI(\text{SOCIO} - \text{ECONÓMICO}) = \frac{SUMATORIA\ TOTAL}{NÚMERO\ DE\ INDICADORES}$$

$$NI = \frac{10}{4}$$

$$NI = 2,5 = 3$$

ANÁLISIS:

El presente proyecto tiene un impacto socio-económico positivo alto por las siguientes razones:

- **Calidad de Vida.** Al crear la empresa de producción y comercialización de papaya, mejorará la calidad de vida de muchas personas, especialmente la que ingresen a laborar en la organización, y conseguirán un futuro muy bueno que les permitirá vivir en las condiciones adecuadas y muy dignamente.
- **Oferta de Empleo.** Para la producción de papaya se necesitará de la demanda de recurso humano tanto para el área administrativa como operativa, incrementando en el país fuentes de empleo, lo que permitirá disminuir el índice de pobreza y delincuencia.

- **Seguridad Familiar.** Las personas que ingresen a trabajar en las instalaciones de la empresa podrán obtener un trabajo asegurado, y gozar de todos los beneficios que la ley otorga, tanto para el empleado como para su familia.
- **Demanda de Mano de Obra.** En esta empresa productora demandará de mano de obra para el área de producción, y se requerirá contratar personal desde los 18 hasta los 40 años de edad, no se requerirá de conocimiento alguno, dando oportunidad de laborar a personas que no cuentan con un trabajo actual o se encuentran desempleadas.

7.2. Impacto Empresarial

Cuadro 121IMPACTO EMPRESARIAL

FACTORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Trabajo corporativo							X	3
Manejo de recursos						X		2
Sistemas de información							X	2
Procesos							X	3
TOTAL						2	9	11

Elaborado por: La autora
Año: 2013

$$NI(EMPRESARIAL) = \frac{SUMATORIA\ TOTAL}{NÚMERO\ DE\ INDICADORES}$$

$$NI = \frac{11}{4}$$

$$NI = 2,75 = 3$$

ANÁLISIS:

El presente proyecto tiene un impacto empresarial positivo por las siguientes razones:

- **Trabajo Corporativo.** Todo el personal de la organización, trabajará conjuntamente para cumplir las estrategias propuestas por la empresa con la finalidad de maximizar los resultados y minimizar la pérdida de tiempo e información en beneficio de los objetivos organizacionales, por medio de la motivación y participación del recurso humano.
- **Manejo de Recursos.** Se establecerán estrategias para que la utilización de los recursos empresariales sea racional, es decir, que se lleve a cabo bajo ciertas condiciones que impidan la generación de impactos hacia el ambiente o, en caso de ser imposible que el ambiente no sufra impactos, al menos establecer medidas de mitigación
- **Sistemas de Información.** La empresa establecerá sistemas de información claras y precisas para brindar información oportuna, clara y consistente a través de herramientas tecnológicas actualizadas como lo es una página web, o un correo electrónico, lo que permitirá que la información llegue a todos nuestros clientes de forma segura y rápida, en el menor tiempo posible.
- **Procesos.** La organización empleará procesos idóneos de comercialización para que el producto llegue a su intermediario o consumidor final, estableciendo las medidas necesarias de sanidad y cuidado para que el producto no sufra daños.

7.3. Impacto comercial

Cuadro 12 IMPACTO COMERCIAL

FACTORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Servicio y atención al cliente							X	3
Posicionamiento en el mercado						X		2
Cobertura						X		2
Precios de competencia						X		2
TOTAL						6	3	9

Elaborado por: La autora
Año: 2013

$$NI(\text{COMERCIAL}) = \frac{SUMATORIA\ TOTAL}{NÚMERO\ DE\ INDICADORES}$$

$$NI = \frac{9}{4}$$

$$NI = 2,25 = 2$$

ANÁLISIS:

El presente proyecto tiene un impacto comercial medio positivo por las siguientes razones

- **Servicio y Atención al Cliente.** La empresa brindará un servicio de calidad a sus clientes, prestándole toda la atención que estos se merecen con la finalidad de proporcionar toda la información necesaria que estos requieran y brindar una respuesta efectiva a todas sus inquietudes.
- **Posicionamiento en el mercado.** La empresa pretende posicionarse en el mercado de la agricultura promoviendo un producto sano y rico en vitaminas, sin la utilización de químicos, la empresa buscará posicionarse en el mercado por medio de la utilización de ciertas

herramientas de marketing como es la publicidad por radio, prensa, promociones; entre otras.

- **Cobertura.** Una vez introducida la empresa en el mercado establecido, se buscará cubrir la demanda a nivel regional y porque no decirlo también expandirse a mercados internacionales, con la finalidad de convertirse en una empresa pionera en la producción y comercialización de papaya.
- **Precios de Competencia.** Los precios del producto frutal serán establecidos conforme a los de la competencia, o si es posible rebajar un mínimo porcentaje en los mismos, con el propósito de atraer a los clientes hacia nuestro negocio y convertirse en un productor más hacia estos.

7.4. Impacto ambiental

Cuadro 123IMPACTO AMBIENTAL

FACTORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Manejo de desechos			X					-1
Introducción de nuevos cultivos			X					-1
Deforestación			X					-1
Conservación y uso racional del suelo			X					-1
TOTAL			-4					-4

Elaborado por: La autora
Año: 2013

$$NI(AMBIENTAL) = \frac{SUMATORIA\ TOTAL}{NÚMERO\ DE\ INDICADORES}$$

$$NI = \frac{-4}{4}$$

$$NI = -1$$

ANÁLISIS:

El presente proyecto tiene un impacto ambiental negativo por las siguientes razones:

- **Manejo de Desechos.** Los residuos o desechos que se genera en la producción de papaya serán tratados adecuadamente mediante el reciclaje en los que se refiere a cartones, papeles o plásticos y en lo que se refiere a desechos de la cosecha de la misma será reutilizado como abono orgánico para el terreno.
- **Introducción de Nuevos Cultivos.** Con el paso del tiempo, la empresa podrá introducir en sus cultivos nuevos productos alimentarios similares a los de la papaya, expandiendo sus ventas por medio de la demanda de nuevos productos.
- **Deforestación.** Para dar paso a la producción de la papaya existirá un mínimo de riesgo ambiental ya que se procederá a talar árboles para la preparación del suelo y poder empezar a sembrar.
- **Conservación y uso racional del suelo.** Este contribuye a mejorar y mantener la capacidad productiva del suelo, para a su vez lograr incrementar en forma significativa los rendimientos, hacer sostenible la agricultura y en última instancia evitar o reducir degradación de los mismos.

7.5. Impacto General

Cuadro 124IMPACTO GENERAL

FACTORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
IMPACTO SOCIO-ECONÓMICO							X	3
IMPACTO EMPRESARIAL							X	3
IMPACTO COMERCIAL						X		2
IMPACTO AMBIENTAL			X					-1
TOTAL			-1			2	6	7

Elaborado por: La autora
Año: 2013

$$NI(\text{GENERAL}) = \frac{SUMATORIA\ TOTAL}{NÚMERO\ DE\ INDICADORES}$$

$$NI = \frac{7}{4}$$

$$NI = 1,75 = 2$$

ANÁLISIS:

El presente proyecto tiene un general medio positivo por las siguientes razones:

Impacto Socioeconómico. Este impacto generara en la empresa y en la sociedad algo muy positivo, ya que demandará de fuentes de empleo que beneficiará a la misma comunidad en donde se implantará el proyecto; así como también generará réditos económicos hacia la entidad ya que existe una demanda insatisfecha por cubrir.

Impacto Empresarial. Este impacto será a nivel interno entre empleados y empleadores, lo que permitirá crecer tanto al recurso humano como a la

empresa al establecer estrategias, objetivos y metas que todo el personal apoyará conjuntamente para su desarrollo empresarial

Impacto Comercial. Al crear la empresa, tendrá grandes oportunidades de introducirse en nuevos mercados tanto nacionales como internacionales, así como también la producción que está arroja podrá satisfacer la demanda insatisfecha y cubrir a nuevos mercados si lo requiriese.

Impacto Ambiental. La generación de este proyecto no afectará al medio ambiente, ya que se empleará todos los recursos necesarios naturales para no contaminar su naturaleza; así como también, todos los desechos generados serán tratados.

CONCLUSIONES

- El estudio realizado en la parte del diagnóstico se detectó que en la parroquia Salinas cuenta con factores agronómicos para el cultivo de papaya: el clima que favorece la producción de frutas, además posee tierras que según análisis son muy fértiles.
- El estudio de mercado permitió conocer cómo se desarrolla la oferta y la demanda de la papaya en los distintos mercados de la provincia, también determinar el precio, presentación que maneja el mercado con el producto.
- El estudio técnico realizado determinó que la parroquia de Salinas, específicamente en la comunidad de Cuambo, es el lugar idóneo para la producción de la fruta, además se estableció el presupuesto que se necesita para ejecutar el presente proyecto.
- En la parte financiera se establecieron los ingresos que generará la actividad siendo significativos, por consiguiente respaldan la inversión, aplicada la evaluación se determinó que el proyecto es factible en las condiciones estudiadas.
- En parte organizativa se planteó la estructura orgánica y funcional, donde el talento humano juega un papel importante.
- Los impactos que el proyecto generará en su mayoría son positivos, debido a que el sector donde se implantará el proyecto se beneficiará en muchos aspectos principalmente de la oferta de empleo.

RECOMENDACIONES

- Tomar en cuenta todos los beneficios del sector para mejorar los resultados del proyecto y garantizar una producción y comercialización eficiente.
- Realizar permanentemente análisis al mercado para conocer las debilidades de la competencia y aplicar estrategias que ayuden a mejorar el nivel de ventas de la fruta.
- Contratar ayuda técnica gubernamental para mejorar el proceso de producción de la papaya y poder obtener resultados que beneficien al proyecto, además aprovechar de manera eficiente los recursos que la parroquia posee.
- Dar un seguimiento previo a los ingresos y gastos que la empresa genere, para poder controlar y tomar decisiones adecuadas en caso de estar presentando pérdidas.
- Estar pendiente que el personal cumpla con lo establecido tanto en políticas y reglamentos para garantizar un manejo efectivo de los recursos humanos y materiales de la empresa.
- Controlar que se cumpla de acuerdo a lo establecido las medidas preventivas que se han considerado en caso de presentarse impactos desfavorables para el sector.

BIBLIOGRAFÍA

- BRAVO, M. (2009). *Contabilidad General*. Quito - Ecuador: Nuevo Dia.
- CORDOVA. (2006). *Formulación y Elaboración de Proyectos*. Colombia: ecoe.
- DÍAZ Martin, A. (2008). *David y Goliat iniciación del Proyecto*. colombia.
- FERNANDEZ, R. (2007, pág.30). *Manual para Elaborar un Plan de Mercadotecnia*. México: McGraw-Hill.
- FERNANDEZ, S. (2007). *Evaluación Financiera*. México: Pearson.
- FLORES, J. (2007). *Proyectos de Inversión para las PYMES Creación de Empresas*. Colombia: Ecoe Ediciones.
- FONTAINE, E. (2008). *Evaluación Social de Proyectos*. Pearson.
- FRANCES, A. (2006). *Estrategia y Planes para la Empresa con el Cuadro de Mando Integral*. México: Pearson Educación de México.
- GALÁN, J. (2006).
- GALINDO, C. (2008). *Manual para al Creación de Empresas*. Colombia: Ecoe Ediciones.
- GÓMEZ, S. (2012). *Pequeñas Empresas*. México: Mc Graw-Hill.
- JEAN, J. (2009). *Dirección de Marketing*. Mexico: Mc Graw Hill.
- KOTLER, P. (2009). *Principios de Marketing*. México: Prentice Hall.
- LAMBA, C. (2006). *Marketing*. México: International Thomson Editores S.A.
- LOPEZ, A. E. (2006). *Contabilidad de Capital*. México: Thomson.

MUNCH, L. (2010, pág.230). *Administración Gestión Organizacional Enfoques y Procesos Administrativos*. México: Prentice Hall Pearson.

MURCIA, J. (2009). *Proyectos Formulación y Criterios de Evaluación*. Mexico: Alfaomega Grupo Editor S.A DE C.V.

NÚÑEZ, R. (2007). *Manual de Evaluación de Proyectos de Inversión*. México: Trillas.

ORTEGA CASTRO, A. (2006). *Proyectos de Inversión*. México: Cecsa.

PALAO, J. (2009). *Administre sus Recursos Humanos*. Palao Editores SAC.

PROGENERO. (2007). *Manual de microempresas rural con enfoque de género*. Madrid: Artes gráficas Sagrhel.

SAPAG, C. (2007). *Proyectos de Inversión, Formulación y Evaluación*. México: Pearson.

SAPAG, N. (2007). *Proyectos de Inversión, Formulación y Evaluación*. México: Pearson.

SCOTT, b. (2009). *Fundamentos de administración financiera*. México: Cengage Learning.

ZAPATA SANCHEZ, P. (2007). *Contabilidad de Costos Herramienta para la toma de decisiones*. Colombia: Mc Graw -Hill Interamericana.

AGRICULTURA, M. d. (2002). *Manual Técnico Buenas practicas agricolas papaya*. Ecuador.

LINCOGRAFÍA

<http://buenastareas.com/importancia-fruticola>, h.

<http://es.wikipedia.org/Fruticultura>.

<http://www.eumed.net/tesis-doctorales/dhi/DIE4/2/D4-2.HTM>. (s.f.).

<http://www.papaya.com.es/>. (s.f.).

<http://www.proyectorural.org/pestano.htm>.

*

ANEXOS

**ANEXO A: FORMATO DE LA ENCUESTA DIRIGIDA A LOS
AGRICULTORES DE LA PARROQUIA SALINAS**



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

1. ¿Cuál es el tipo de cultivo que produce actualmente?

- | | |
|----------------|-----|
| Cereales | () |
| Hortalizas | () |
| Frutas | () |
| Caña de azúcar | () |
| Frejol | () |
| Otros | () |

2. ¿Cómo considera usted a la actividad agrícola es?

- | | |
|-----------|-----|
| Muy buena | () |
| Buena | () |
| Regular | () |
| Pésima | () |

3. ¿Qué productos son de mayor productividad?

- | | |
|----------------|-----|
| Cereales | () |
| Hortalizas | () |
| Frutas | () |
| Caña de azúcar | () |
| Frejol | () |
| Otros | () |

4. ¿Cuál es el área de terreno que posee?

Menos de $\frac{1}{4}$ de hectárea ()

De $\frac{1}{4}$ a 1 ()

De 2 a 4 hectáreas ()

Más de 4 hectáreas ()

5. ¿Cómo realiza la comercialización de los productos?

Directa ()

Indirecta o intermediarios ()

Otras ()

6. ¿Los productos de la Parroquia, a qué mercado atienden actualmente?

Quito ()

Ibarra ()

Tulcán ()

Otros ()

7. ¿Los productos de la Parroquia tienen una demanda?

Alta ()

Media ()

Baja ()

8. ¿La competencia que tiene es?

Alta ()

Media ()

Baja ()

9. ¿La determinación de los precios de sus productos lo hace por?

Por los costos ()

Por el mercado ()

Por los intermediarios ()

10. ¿La rentabilidad que obtienen de la actividad como la considera?

Alta ()

Media ()

Baja ()

11. ¿Tiene acceso a financiamiento para su actividad?

Si ()

No ()

12. ¿Qué dificultades financieras enfrenta actualmente?

Falta de créditos ()

Interés alto ()

Actividad de supervivencia que merma la capacidad de pago ()

13. ¿La actividad que realiza usted es basada en?

Únicamente por experiencia ()

Por capacitación ()

Otras ()

14. ¿La actividad agrícola en la parroquia se encuentra?

Organizada ()

No organizada ()

15. ¿Recibe asistencia técnica para sus cultivos en forma?

Permanente ()

Ocasional ()

No existe ()

16. ¿Considera usted que las nuevas generaciones optaran por la actividad agrícola?

Si ()

No ()

17. ¿Considera usted que el clima de la Parroquia favorece el cultivo de frutas cómo?

Mora ()

Tomate de árbol ()

Frutilla ()

Papaya ()

Granadilla ()

Otros ()

18. ¿Le gustaría incursionar en el cultivo de papaya con asistencia técnica del MAGAP?

Totalmente de acuerdo ()

Medianamente de acuerdo ()

Desacuerdo ()

19. ¿Usted tiene conocimiento que en la actualidad la papaya es una fruta considerada como un producto alternativo el cual tiene acogida en el mercado nacional e internacional?

Si ()

No ()

**ANEXO B: FORMATO DE ENCUESTA EFECTUADA A LOS
COMERCIANTES MINORISTAS DE FRUTAS DE LA CIUDAD DE
IBARRA.**



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA

- 1. ¿Comercializa papaya en su puesto de venta?**
Si ()
No ()
- 2. ¿Cómo considera la calidad de la papaya que se oferta en el mercado?**
Muy buena ()
Buena ()
Regular ()
- 3. ¿El precio de compra de la papaya lo considera?**
Caro ()
Cómodo ()
Barato ()
- 4. ¿Cuál es el factor más importante al adquirir la fruta?**
Calidad ()
Presentación ()
Precios ()
Procedencia ()

5. **¿Usted, cubre en la actualidad la necesidad de consumo de la fruta por parte de sus clientes?**
- Mucho ()
- Poco ()
- Nada ()
6. **¿Qué cantidad de cajas de papaya de 10 kilos cada una, adquiriría semanalmente para comercializar y satisfacer las necesidades del mercado?**
- Entre 3 y 7 cajas ()
- Entre 7 y 11 cajas ()
- Entre 11 y 15 cajas ()
7. **¿Su proveedor de papaya es?**
- Productor ()
- Intermediario ()
- Ambos ()
8. **¿Cuenta usted con un proveedor de papaya permanente?**
- Si ()
- No ()
9. **¿Le gustaría incrementar sus proveedores?**
- Si ()
- No ()
10. **¿De los siguientes medios de comunicación cual prefiere?**
- Radio ()
- Prensa ()
- Trípticos ()
- Hojas Volantes ()
- Internet ()

**ANEXO C: FORMATO DE ENCUESTA EFECTUADA A LOS
PROVEEDORES DE FRUTAS DE LOS MERCADOS DE LA CIUDAD DE
IBARRA**



UNIVERSIDAD TECNICA DEL NORTE

FACULTAD CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONOMICAS

CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA

1. ¿Cuánto tiempo lleva en el negocio de proveer frutas?

Menos de 5 años ()

De 5 a 10 años ()

Más de 10 años ()

2. ¿La actividad es rentable?

Muy Rentable ()

Rentable ()

Poco Rentable ()

3. ¿Cuáles frutas comercializa?

Manzana ()

Pera ()

Mango ()

Papaya ()

Tomate ()

Piña ()

Todas las anteriores ()

4. ¿Qué presentación utiliza para la comercialización de la papaya?

- | | |
|---------|-----|
| Sacas | () |
| Cajas | () |
| Gavetas | () |
| Granel | () |
| Otras | () |

5. ¿Cuál es el peso de comercialización de la papaya?

- | | |
|-------------------|-----|
| Caja de 5 Kilos | () |
| Cajas de 10 Kilos | () |
| Cajas de 15 Kilos | () |

6. ¿El precio de una caja de papaya de 10 kilos es?

- | | |
|--------------------|-----|
| Menos de 8 dólares | () |
| De 9 a 12 dólares | () |
| Más de 12 dólares | () |

7. ¿Qué cantidad de cajas de papaya de 10 kilos cada una, vende diariamente?

- | | |
|---------------------|-----|
| Entre 3 y 7 cajas | () |
| Entre 7 y 11 cajas | () |
| Entre 11 y 15 cajas | () |

8. ¿Cuál es el origen de la fruta?

- | | |
|---------------|-----|
| Local | () |
| Regional | () |
| Nacional | () |
| Internacional | () |

9. ¿Actualmente satisfacen la demanda?

Mucho ()

Poco ()

Nada ()

10. ¿Los precios de la fruta de que aspectos depende?

Calidad ()

Presentación ()

Peso ()

Procedencia ()

ANEXO D: DETERMINACIÓN DEL PRECIO

➤ DETERMINACIÓN DEL PRECIO

$$\text{Costo fijo unitario} = \frac{\text{Costos Fijos}}{\text{Número de unidades producidas}}$$

$$CFu = \frac{29.871,71}{9.700}$$

$$CFu = 3,08$$

$$\text{Costo variable unitario} = \frac{\text{Costos variables}}{\text{Número de unidades producidas}}$$

$$CVu = \frac{19.389,20}{9.700}$$

$$CVu = 2,00$$

$$\textbf{PRECIO} = CFu + CVu + 24\%CTu$$

$$\textbf{PRECIO} = 3,08 + 2,00 + 24\%CTu$$

$$\textbf{PRECIO} = 3,08 + 2,00 + 24\%(5,08)$$

$$\textbf{PRECIO} = 3,08 + 2,00 + 1,22$$

$$\textbf{PRECIO} = 6,3 \text{ dólares}$$

El precio por cada caja de papaya de 10 kilos será 6,30 dólares

ANEXO E: ROL DE PAGO DEL TÉCNICO DE PRODUCCIÓN

SUELDOS EN PRODUCCIÓN

Índice de crecimiento del 9,9%, corresponde a la tendencia del sueldo básico de los últimos 5 años

No.	PERSONAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
1	Técnico agrónomo	400,00	439,60	483,12	530,95	583,51
	MENSUAL	400,00	439,60	483,12	530,95	583,51
	ANUAL	\$4800,00	\$5275,20	\$5797,44	\$6371,39	\$7002,16

DESCRIPCION	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Salario Básico Unificado	4.800,00	5.275,20	5.797,44	6.371,39	7.002,16
Aporte Patronal	583,20	640,94	704,39	774,12	850,76
Fondos de Reserva		439,60	483,12	530,95	583,51
Vacaciones	200,00	219,80	241,56	265,47	291,76
Décimo Tercero	400,00	439,60	483,12	530,95	583,51
Décimo Cuarto	318,00	349,48	384,08	422,10	463,89
Total costo de mano de obra	\$6.301,20	\$7.364,62	\$8.093,72	\$8.894,99	\$9.775,0

ANEXO F: COSTOS DE PRODUCCIÓN

CÁLCULO DE CANTIDAD DE JORNALES PARA LAS LABORES AGRICOLAS Y CANTIDAD DE KILOS DE INSUMOS PARA EL CONTROL FITOSANITARIO

PRIMER AÑO

CANTIDAD DE JORNALES

Actividad	No. aplicaciones	jornal por hectárea	número de hectáreas	año 1
Siembra	1	7	5	35
Aplicación de fertilizantes	3	5	5	75
Aplicación de insecticidas	4	3	5	60
Aplicación control de malezas	6	4	5	120
Riego	12	2	5	120
Cosecha	1	4	5	20

CANTIDAD DE KILOS DE INSUMOS

Actividad	No. aplicaciones	kilos por hectárea	número de hectáreas	AÑO 1
Fertilizante	2	150	5	1500
Insecticidas y fungicidas	3	2	5	30
Herbicidas	2	2	5	20

DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR UNITARIO EN DÓLARES	VALOR TOTAL EN DÓLARES
A. COSTOS DIRECTOS (CD)				
1. Preparación del suelo				
Arada y rastrada	horas/tractor	5	16	\$.80,00
Surcado	horas/tractor	2,5	16	\$.40,00
Subtotal preparación del suelo				\$.120,00
2. Mano de Obra				
Técnico de producción	suelo			\$ 6.301,20
Siembra	jornal	35	8	\$ 280,00
Fertilización	jornal	75	8	\$ 600,00
Aplicación de insecticida/fungicida	jornal	60	8	\$ 480,00
Control de malezas	jornal	120	8	\$ 960,00
Riego	jornal	120	8	\$ 960,00
Cosecha	jornal	20	8	\$ 160,00
Subtotal mano de obra				\$ 9.741,20
3. Materia prima e Insumos				
Plantas	Unidades	11000,00	\$ 0,24	\$ 2.640,00
Fertilizantes	kg	1500	\$ 0,65	\$ 975,00
Insecticidas, fungicidas	kg	30	\$ 8	\$ 240,00
Herbicidas	kg	20	\$ 9	\$ 180,00
Subtotal materia prima e insumos				\$ 4.035,00
SUBTOTAL (CD)				\$ 13.896,20
B. COSTOS INDIRECTOS (CI)				
Empaques	Unidades	9.700	\$ 0,19	\$ 1.843,00
Pago del agua de riego	Hectárea	5	\$ 30	\$ 150,00
Arriendo	Hectárea	5	\$ 700	\$ 3.500,00
SUBTOTAL (CI)				\$ 5.493,00
TOTAL DE COSTOS (CD+CI)				\$ 19.389,20

SEGUNDO AÑO

CANTIDAD DE JORNALES

Actividad	No. aplicaciones	jornal por hectárea	número de hectáreas	año 2
Aplicación de fertilizantes	3	5	5	75
Aplicación de insecticidas	4	3	5	60
Aplicación control de malezas	6	4	5	120
Riego	12	2	5	120
Cosecha	1	7	5	35

CANTIDAD DE KILOS DE INSUMOS

Actividad	No. aplicaciones	kilos por hectárea	número de hectáreas	AÑO 2
Fertilizante	2	200	5	2000
Insecticidas y fungicidas	3	4	5	60
Herbicidas	2	2,25	5	22,5

DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR UNITARIO EN DÓLARES	VALOR TOTAL EN DÓLARES
A. COSTOS DIRECTOS (CD)				
1. Preparación del suelo				
Arada y rastrada	horas/tractor	0	0,00	0,00
Surcado	horas/tractor	0	0,00	0,00
Subtotal preparación del suelo				0,00
2. Mano de Obra				
Técnico de producción	sueldo			\$7.364,62
Fertilización	jornal	75	\$8,33	\$624,96
Aplicación de insecticida/fungicida	jornal	60	\$8,33	\$499,97
Control de malezas	jornal	120	\$8,33	\$999,94
Riego	jornal	120	\$8,33	\$999,94
Cosecha	jornal	35	\$8,33	\$291,65
Subtotal mano de obra				\$10.781,07
3. Materia prima e Insumos				
Fertilizantes	kg	2000	0,68	\$1.354,08
Insecticidas, fungicidas	kg	60	8,33	\$499,97
Herbicidas	kg	22,5	9,37	\$210,92
Subtotal materia prima e insumos				\$2.064,97
SUBTOTAL (CD)				\$12.846,04
B. COSTOS INDIRECTOS (CI)				
Empaques	Unidades	14.550	\$0,20	\$2.879,50
Pago del agua de riego	Hectárea	5	\$31,25	\$156,24
Arriendo	Hectárea	5	\$729,12	\$3.645,60
SUBTOTAL (CI)				\$6.681,34
TOTAL DE COSTOS (CD+CI)				\$19.527,38

TERCER AÑO

CANTIDAD DE JORNALES

Actividad	No. aplicaciones	jornal por hectárea	número de hectáreas	año 3
Aplicación de fertilizantes	3	5	5	75
Aplicación de insecticidas	4	3	5	60
Aplicación control de malezas	6	4	5	120
Riego	12	2	5	120
Cosecha	1	7	5	35

CANTIDAD DE KILOS DE INSUMOS

Actividad	No. aplicaciones	kilos por hectárea	número de hectáreas	AÑO 3
Fertilizante	2	200	5	2000
Insecticidas y fungicidas	3	4	5	60
Herbicidas	2	2,25	5	22,5

DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR UNITARIO EN DÓLARES	VALOR TOTAL EN DÓLARES
A. COSTOS DIRECTOS (CD)				
1. Preparación del suelo				
Arada y rastrada	horas/tractor	0	0,00	0,00
Surcado	horas/tractor	0	0,00	0,00
Subtotal preparación del suelo				0,00
2. Mano de Obra				
Técnico de producción	sueldo			\$ 8.093,72
Fertilización	jornal	75	\$ 8,68	\$ 650,96
Aplicación de insecticida/ fungicida	jornal	60	\$ 8,68	\$ 520,77
Control de malezas	jornal	120	\$ 8,68	\$ 1.041,53
Riego	jornal	120	\$ 8,68	\$ 1.041,53
Cosecha	jornal	35	\$ 8,68	\$ 303,78
Subtotal mano de obra				\$ 11.652,29
3. Materia prima e Insumos				
Fertilizantes	kg	2000	\$ 0,71	\$ 1.410,41
Insecticidas, fungicidas	kg	60	\$ 8,68	\$ 520,77
Herbicidas	kg	22,5	\$ 9,76	\$ 219,70
Subtotal materia prima e insumos				\$ 2.150,87
SUBTOTAL (CD)				\$ 13.803,16
B. COSTOS INDIRECTOS (CI)				
Empaques	Unidades	16.490	\$ 0,21	\$ 3.399,20
Pago del agua de riego	Hectárea	5	\$ 32,55	\$ 162,74
Arriendo	Hectárea	5	\$ 759,45	\$ 3.797,26
SUBTOTAL (CI)				\$ 7.359,19
TOTAL DE COSTOS (CD+CI)				\$ 21.162,36

CUARTO AÑO

CANTIDAD DE JORNALES

Actividad	No. aplicaciones	jornal por hectárea	número de hectáreas	año 4
Aplicación de fertilizantes	3	5	5	75
Aplicación de insecticidas	4	3	5	60
Aplicación control de malezas	6	4	5	120
Riego	12	2	5	120
Cosecha	1	7	5	35

CANTIDAD DE KILOS DE INSUMOS

Actividad	No. aplicaciones	kilos por hectárea	número de hectáreas	AÑO 4
Fertilizante	2	200	5	2000
Insecticidas y fungicidas	3	4	5	60
Herbicidas	2	2,25	5	22,5

DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR UNITARIO EN DÓLARES	VALOR TOTAL EN DÓLARES
A. COSTOS DIRECTOS (CD)				
1. Preparación del suelo				
Arada y rastrada	horas/tractor	0	0,00	0,00
Surcado	horas/tractor	0	0,00	0,00
Subtotal preparación del suelo				0,00
2. Mano de Obra				
Técnico de producción	sueldo			\$8.894,99
Fertilización	jornal	75	\$9,04	\$678,04
Aplicación de insecticida/fungicida	jornal	60	\$9,04	\$542,43
Control de malezas	jornal	120	\$9,04	\$1.084,86
Riego	jornal	120	\$9,04	\$1.084,86
Cosecha	jornal	35	\$9,04	\$316,42
Subtotal mano de obra				\$12.601,60
3. Materia prima e Insumos				
Fertilizantes	kg	2000	\$0,73	\$1.469,08
Insecticidas, fungicidas	kg	60	\$9,04	\$542,43
Herbicidas	kg	22,5	\$10,17	\$228,84
Subtotal materia prima e insumos				\$2.240,35
SUBTOTAL (CD)				\$14.841,95
B. COSTOS INDIRECTOS (CI)				
Empaques	Unidades	16.490	\$0,21	\$3.540,60
Pago del agua de riego	Hectárea	5	\$33,90	\$169,51
Arriendo	Hectárea	5	\$791,04	\$3.955,22
SUBTOTAL (CI)				\$7.665,33
TOTAL DE COSTOS (CD+CI)				\$22.507,29

QUINTO AÑO

CANTIDAD DE JORNALES

Actividad	No. aplicaciones	jornal por hectárea	número de hectáreas	año 5
Aplicación de fertilizantes	3	5	5	75
Aplicación de insecticidas	4	3	5	60
Aplicación control de malezas	6	4	5	120
Riego	12	2	5	120
Cosecha	1	5	5	25

CANTIDAD DE KILOS DE INSUMOS

Actividad	No. aplicaciones	kilos por hectárea	número de hectáreas	AÑO 5
Fertilizante	2	200	5	2000
Insecticidas y fungicidas	3	4	5	60
Herbicidas	2	2,25	5	22,5

DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR UNITARIO EN DÓLARES	VALOR TOTAL EN DÓLARES
A. COSTOS DIRECTOS (CD)				
1. Preparación del suelo				
Arada y rastrada	horas/tractor	0	0,00	0,00
Surcado	horas/tractor	0	0,00	0,00
Subtotal preparación del suelo				0,00
2. Mano de Obra				
Técnico de producción	sueldo			\$ 9.775,60
Fertilización	jornal	75	\$ 9,42	\$ 706,24
Aplicación de insecticida/ fungicida	jornal	60	\$ 9,42	\$ 565,00
Control de malezas	jornal	120	\$ 9,42	\$ 1.129,99
Riego	jornal	120	\$ 9,42	\$ 1.129,99
Cosecha	jornal	25	\$ 9,42	\$ 235,41
Subtotal mano de obra				\$ 13.542,24
3. Materia prima e Insumos				
Fertilizantes	kg	2000	\$ 0,77	\$ 1.530,20
Insecticidas, fungicidas	kg	60	\$ 9,42	\$ 565,00
Herbicidas	kg	22,5	\$ 10,59	\$ 238,36
Subtotal materia prima e insumos				\$ 2.333,55
SUBTOTAL (CD)				\$ 15.875,79
B. COSTOS INDIRECTOS (CI)				
Empaques	Unidades	10.670	\$ 0,22	\$ 2.386,28
Pago del agua de riego	Hectárea	5	\$ 35,31	\$ 176,56
Arriendo	Hectárea	5	\$ 823,95	\$ 4.119,76
SUBTOTAL (CI)				\$ 6.682,60
TOTAL DE COSTOS (CD+CI)				\$ 22.558,39

ANEXO G: GASTOS EN DOLARES

SERVICIOS BÁSICOS

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Luz	\$ 30,00	\$ 360,00
Agua	\$ 12,00	\$ 144,00
TOTAL		\$ 504,00

SERVICIOS DE COMUNICACIÓN

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Teléfono	\$ 35,00	\$ 420,00
Internet	\$ 25,00	\$ 300,00
TOTAL		\$ 720,00

MANTENIMIENTO COMPUTACIÓN

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Mantenimiento computación	15,00	\$ 180,00
TOTAL		\$ 180,00

PUBLICIDAD

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Radio	120,00	\$ 240,00
Prensa	80,00	\$ 160,00
Afiches	30,00	\$ 240,00
Internet	25,00	\$ 300,00
TOTAL		\$ 940,00

COMBUSTIBLE Y MANTENIMIENTO VEHÍCULO

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Combustible vehículo	\$ 100,00	\$ 1.200,00
Mantenimiento vehículo	\$ 30,00	\$ 360,00
TOTAL		\$ 1.560,00